

Ministério das Comunicações
Secretaria Executiva
Subsecretaria de Orçamento e Administração
Coordenação-Geral de Recursos Logísticos
Comissão Especial de Licitação

A/C Ilma. Sra. Presidente da Comissão Maria Aparecida Fabri Pessanha

Referência: Concorrência nº 01/2021. Recurso Administrativo.

ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 90.771.544/0001-40, com sede na Av. Carlos Gomes, 300 – 3º andar – Porto Alegre/RS – CEP 90480-000, com base no item 22 do Edital em epígrafe, vem respeitosamente à presença de V.Sa. interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra decisão proferida pela Ilma. Presidente da Comissão de Licitação na 2ª sessão da Concorrência acima evidenciada, a qual expôs as pontuações das empresas participantes conforme Ata de julgamento da subcomissão técnica, pelos fundamentos de fato e de direito a seguir aduzidos, requerendo para tanto sua apreciação, julgamento e admissão. Pugna a Recorrente – classificada em quinto lugar – pela reconsideração de pontuações atribuídas principalmente em seu Envelope nº03, a fim do total respeito aos princípios basilares que regem os certames licitatórios e que devem sempre ser fielmente seguidos pela Administração Pública.

I – TEMPESTIVIDADE

Conforme informação do resultado de julgamento da referida sessão, confirmou-se a data de publicação (23/02) e conseqüentemente o termo final para apresentação das presentes razões recursais, considerando que nos dias 28/02 e

01/03 não houve expediente no órgão, não havendo qualquer dúvida acerca da tempestividade do presente documento apresentado nesta data 03.03.2022.

II – FATOS E INTERESSE RECURSAL

Em sessão pública presencial de abertura da Concorrência em epígrafe, foram realizados, pela Comissão de Licitação competente, os procedimentos cabíveis de recebimento dos invólucros nº 01, 02, 03 e 04 de empresas participantes, que tão logo tiveram rubricado o primeiro invólucro (Plano de Comunicação Publicitária – Não identificado) não só pela Comissão de Licitação como também pela comissão formada por participantes. Finalizados os primeiros invólucros, passou-se à abertura do invólucro nº 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

Ao longo dos últimos dias, após reuniões da Subcomissão Técnica formada para esta Concorrência, tais propostas foram analisadas e o resultado foi levado ao conhecimento dos participantes por meio da segunda sessão da Concorrência, onde também houve a abertura do invólucro nº 02 (Plano de Comunicação – Identificado). Restaram assim consignadas em Ata as pontuações das empresas, já de amplo conhecimento, sendo esta Recorrente classificada como a quinta colocada, exatamente a um ponto da quarta colocada (77,4 x 78,4).

Recorre-se, PRINCIPALMENTE, da decisão contra a distribuição de pontos do item referente aos Relatos de Soluções e Problemas e Repertório, vez que esta empresa manifesta sua total contrariedade às avaliações feitas diante da documentação apresentada, tampouco com algumas das ponderações apresentadas, especialmente quando confrontadas não só com as análises técnicas proferidas em favor das demais concorrentes, mas principalmente com o instrumento convocatório.

Conforme se denotará a seguir, ao longo da explanação fática e jurídica das presentes razões recursais, houve descon siderações substanciais nas documentações apresentadas pela ESCALA e quebra da isonomia em relação aos critérios e distribuição das pontuações por parte dos julgadores entre as concorrentes.

Nesse contexto, entende-se que o acolhimento do presente recurso, em sua integral extensão, tal como se espera, tem o condão de rever as pontuações

consideradas pela subcomissão técnica do Ministério das Comunicações, a fim de que seja respeitado o julgamento objetivo intrínseco aos ditames licitatórios e assim reformada a nota da ESCALA quanto ao seu Envelope nº 03 e seja dado prosseguimento à licitação com a abertura dos demais invólucros, como exposto no Edital.

III – FUNDAMENTOS

Preliminarmente, urge-se destacar que não é intuito desta licitante impedir ou simplesmente atrapalhar o normal trâmite do certame em tela, nem mesmo trazer dúvidas acerca da competência do trabalho exercida por esta respeitada Comissão de Licitação ou questionar sem fundamentos suas decisões. **Sabe-se do volume de informações necessárias neste certame (basta perceber a extensão de documentos nos envelopes das empresas) e diante do número de participantes, é compreensível que uma ou outra análise pelos julgadores desconsidere algumas informações. Este é o objetivo destas razões recursais: apenas apontar objetivamente o que deve ser devidamente reconsiderado em sua pontuação.**

Buscam-se tão somente o respeito aos princípios basilares que regem nossa Administração Pública, previstos em nossa Carta Magna de 1988 e no art. 3º da Lei de Licitações nº 8.666/93, corroborados pela Lei nº 12.232/2010, assim como que a necessidade da contratação por parte do Ministério das Comunicações, a qual se sabe que é de extrema urgência e importância, seja suprida da melhor maneira possível.

Assim prescreve o artigo supracitado:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, **da igualdade**, da publicidade, da probidade administrativa, **da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo** e dos que lhes são correlatos. (grifo nosso).

Primeiramente, é forçoso admitir que é papel da Administração se precaver de possíveis licitantes "aventureiros" e buscar uma competição onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona com a esperada qualidade e devidamente munidos de documentação completa que atesta sua capacidade técnica. Ainda mais por se tratar de serviços de publicidade e que se demonstram tão essenciais para o melhor desenrolar das atividades intrínsecas aos objetivos do Ministério.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de critérios objetivos e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a Administração se prende à elaboração de Termo de Referência/Edital, os quais determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação, principalmente quanto aos cases (relatos de soluções de problemas) e seu repertório.

Para iniciar qualquer fundamentação e explicitação acerca do que esta Recorrente considera como equivocado, tendo em vista o julgamento realizado quando da análise de sua documentação, isto é, apresentou tudo aquilo conforme positivado na solicitação do Edital do Ministério, mas acabou por ser desconsiderado nas justificativas de suas notas, convém destacar, neste presente documento, princípio norteador de qualquer procedimento licitatório que deve ser amplamente respeitado por todos os entes da Administração Pública, qual seja, o da vinculação ao instrumento convocatório.

O que se deseja restar claro a partir da positivação do referido princípio é que o Edital funciona como uma bússola, um guia não só para o correto e planejado processamento da licitação como um todo, mas também para a satisfação concreta de uma vantajosa contratação pública. O ato convocatório tem que ser seguido como uma lei o é. Será o instrumento de regulação da atuação tanto da Administração quanto dos participantes interessados.

A fim da melhor elucidação sobre o que de fato preconiza tal princípio, ensina Marçal Justen Filho que:

“O edital é o fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, na acepção de que a desconformidade entre o edital e os atos administrativos praticados no curso da licitação se resolve pela invalidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação”. (FILHO, Marçal Justen – Comentários à lei de licitações e contratos administrativos. Dialética 14 ed. p.567).

Isto posto, e principalmente se atendo aos princípios acima destacados – necessários para realização de um julgamento transparente, isonômico e íntegro - passa-se à exposição pontual de cada item que merece ser devidamente revisto por esta subcomissão.

III. I – DO JULGAMENTO DO ENVELOPE Nº 03.

Passa-se ao momento mais crucial e complexo do certame. Mais uma vez é forçoso destacar: o escopo das presentes razões recursais não é de forma alguma levantar questionamentos de cunho pessoal, e/ou fomentar dúvidas quanto à capacidade de julgamento dos membros da subcomissão. Contudo, existem sim critérios nas referidas análises que, merecem a devida revisão e precisam ser respondidos em sua integralidade.

De antemão, para elucidar a presente questão, é imprescindível que se deixe claro que deve haver a motivação dos atos administrativos, em especial atos que ensejam a redução da pontuação de propostas de certames licitatórios. Nessa toada, é mandatória a exposição dos elementos que ensejaram a prática do ato administrativo, mais especificamente com a indicação de seus pressupostos fáticos e jurídicos, bem como a justificação do processo de tomada de decisão, como ensina a doutrina:

“O princípio da motivação exige que a Administração Pública indique os fundamentos de fato e de direito de suas decisões. Ele está consagrado pela doutrina e pela jurisprudência, não havendo mais espaço para as velhas doutrinas que discutiam se a sua obrigatoriedade alcançava só os atos vinculados ou só os atos discricionários, ou se estava presente em ambas

as categorias. A sua obrigatoriedade se justifica em qualquer tipo de ato, porque se trata de formalidade necessária para permitir o controle de legalidade dos atos administrativos". DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo. 21ª ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 77.

Da mesma forma para fundamentar o presente pedido, o princípio da isonomia deve ser considerado como um instrumento regulador das normas, para que todos os destinatários de determinada lei recebam tratamento parificado.

Todos os dispositivos do processo licitatório devem ser interpretados à luz do princípio da isonomia, cuja verdadeira aplicação é a vedação de qualquer discriminação arbitrária, que gere desvalia de proposta em proveito ou detrimento de alguém, resultado esse de interferências pessoais injustificadas quando do julgamento. Assim é obrigação da Administração Pública não somente buscar a proposta mais vantajosa, mas também demonstrar que concedeu a todos os concorrentes aptos a mesma oportunidade.

Partindo dessas premissas acima, esta Recorrente traz a seguir, de forma esmiuçada, dois destaques do julgamento contido na planilha de notas da subcomissão de seu Envelope nº 03 e a necessária contestação:

a) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Pontuação Máxima – 10

Nota da subcomissão – 5

Justificativa – Atendeu parcialmente aos atributos do quesito. O Relato 2 (Sebrae RS) não é apresentação de solução publicitária, conforme requisito do Edital subitem 11.10 e 11.10.3.

Como se lê do documento supracitado, a nobre subcomissão ignorou a existência de um dos cases apresentados pela ESCALA e assim decidiu por reduzir pela metade a nota da concorrente neste quesito.

E por que isso foi feito? Qual é a motivação usada para justificar a perda de cinco pontos no quesito?

Nas palavras em comum da subcomissão, teria havido desrespeitos aos itens 11.10 e 11.10.3 a partir da premissa (criada pela subcomissão) de que *'o relato 2 não é apresentação de solução publicitária'*.

Ora, primeiramente, os itens do Edital usados como motivação pela subcomissão para justificar a redução pela metade da nota NADA trata do que efetivamente deve ser (ou não) considerado como uma apresentação de solução publicitária. Ou seja, a respeitosa subcomissão não definiu o que foi então apresentado pela ESCALA.

Se a agência, nas palavras da subcomissão, *'não apresentou uma solução publicitária'*, o que é então o Relato 2, devidamente apresentado e ratificado pelo Sebrae do Rio Grande do Sul? Um documento qualquer apresentado pela ESCALA? Uma execução de um Contrato de serviços de publicidade, que não é uma solução publicitária?

Não se sabe. Sequer se tem a mínima chance de iniciar um debate em respeito à ampla defesa e ao contraditório com esta respeitosa subcomissão, pois não foram apresentados os motivos adequados para justificar a decisão da subcomissão, por ora devidamente impugnada.

Sendo assim, se já não bastasse superar os desafios de comunicação do Sebrae/RS em agosto de 2019, agora a Recorrente também terá que combater o desafio de demonstrar que SIM, o case apresentado entre as páginas 06 e 08 (acompanhado das respectivas peças) e devidamente ratificado pelo Contratante formam um arcabouço documental que não só se configura como a apresentação de uma solução publicitária, como também denota o êxito obtido por seu Contratante.

Sob a égide do Contrato assinado em dezembro de 2018, abaixo em destaque e que segue em anexo em formato digital (Doc. 01 - a fim de facilitar a digitalização por esta Comissão) a ESCALA, como Contratada do Sebrae/RS, foi instigada a solucionar a ausência de interesse pelos produtos e fluxo de audiência para o site do Contratante e assim fazer aumentar a presença da marca nos

respectivos mercados de atuação. Em outras palavras, para facilitar a compreensão dos nobres membros da subcomissão: havia um desafio de comunicação posto.

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de mídia online para o **CONTRATANTE**.

Parágrafo Único: A prestação de serviços atenderá ao disposto no Edital de **CONCORRÊNCIA Nº 03/2018** e seus Anexos, no Anexo do presente instrumento e as disposições constantes da legislação aplicável.

Dentre as obrigações contratuais e a fim de executar o Contrato devidamente indicado no presente case, o que essa Recorrente fez e buscou? A partir da definição de uma estratégia de comunicação – devidamente explicitada na página 6 do referido Relato – levou-se a uma organização de editorias e assim uma frequência de postagem de conteúdo **para resolver o problema de comunicação do Sebrae/RS.**

O projeto está no ar desde agosto de 2019 e se transformou em uma poderosa ferramenta para posicionar ainda mais o Contratante como autoridade em assuntos relacionados ao empreendedorismo de micro e pequenas empresas.

Como forma de exemplificar de que maneira foram alcançados os resultados expostos no case pela Recorrente – **e assim cumprido requisito básico de uma resolução de problema de comunicação (também incluído na página 6 do case)** – a ESCALA apresentou peças de três dessas editorias estrategicamente pensadas para o Sebrae/RS: 'Spoiler' - consultores visitam clientes e ex-clientes para conferir como esses empresários têm aplicado os conhecimentos adquiridos no seu dia a dia; 'Voices' – onde se dá voz aos clientes para contar as suas histórias e jornadas como empreendedores e 'Coach' - além das questões práticas, neste trata-se de aspectos psicológicos sobre a vida dos empreendedores.

O próprio case apresentado fez questão de evidenciar a comparação diante do problema de comunicação colocado à prova e os resultados obtidos após atuação da Recorrente, senão vejamos:

Sebrae, impactando novos públicos. Após uma análise da
definidos direcionais estratégicos, que levaram a uma organizaç
frequência de postagem de conteúdo. Foram definidas as per
para a produção do conteúdo e criadas as editorias "Sebrae Tre
"Como eu Faço", "Sebrae Voices", "Coach Sebrae" e "Cursos e F

Resultados alcançados:

- Setembro 2019

5,2 mil inscritos

5,9 mil total de views

123 likes

3 vídeos

- Março 2020

6.310 mil inscritos

32.124 mil total de views

2.042 likes

641 vídeos

Bianca Gelatti

Bianca Gelatti

Gestora de Negócios

Escala Comunicação e Marketing Ltda

Em anexo, também seguindo em formato eletrônico para facilitar a
inserção dos documentos no procedimento administrativo competente, esta
Recorrente traz ao conhecimento da subcomissão documentos que não deixam
qualquer dúvida sobre a execução dos serviços e a solução publicitária que foi dada
de forma adequada: **pesquisa elaborada pelo Contratante (Sebrae/RS) e o
direcionamento em resposta elaborada pela Contratada (Docs. 02 e 03), isto é,
nada mais do que os documentos que embasam e justificam o case apresentado
ao Ministério das Comunicações em respeito ao Edital.**

Tais documentos, inclusive, poderiam ter sido solicitados em sede de
diligência ao invés de se proceder de forma sumária e repentina pela redução da nota
e desconsideração do case apresentado.

Mais uma vez se questiona: se o serviço prestado foi executado no bojo
de um Contrato legítimo, se o serviço prestado se insere numa lógica de definir a
estratégia do conteúdo a ser produzido para resolver um problema de comunicação
posto para esta Recorrente, por lá Contratada, e se o serviço prestado obteve

resultados aumentando a presença da marca (conhecimento e lembrança) do Contratante, por que então este case é sumariamente IGNORADO pela subcomissão e considerado como não sendo uma solução publicitária com resultados devidamente obtidos?

Realmente é surpreendente a redução de CINCO pontos da Recorrente por tal motivo.

E sabe o que ainda torna tal fato ainda mais surpreendente? A justificativa usada pela subcomissão no Ministério das Comunicações é INÉDITA em certames licitatórios do mesmo porte, pois em todas as Concorrências a seguir apontadas, esta Recorrente teve este case aceito, pontuado e, diga-se de passagem, bem pontuado.

- BANRISUL. Licitação nº 0572/2019 – nota 9 sobre uma pontuação máxima de 10.

- Ministério do Desenvolvimento Regional. Concorrência nº 01/2021 - nota 8,3 sobre uma pontuação máxima de 10

- Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações. Concorrência nº 01/2021 - nota 5 sobre uma pontuação máxima de 5

- EMBRATUR. Concorrência nº 01/2020 - nota 4,5 sobre uma pontuação máxima de 5. Segue abaixo destaque do julgamento à época apenas para exemplificar:

CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO III				
NOME AGÊNCIA	Capacidade de Atendimento	Repertório	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	NOTA DO QUESITO
ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	12,00	5,00	4,50	21,50

- Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Concorrência nº 0038/2021 - nota 9 sobre uma pontuação máxima de 10. Segue abaixo destaque do julgamento à época apenas para exemplificar:

Agência: ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

Justificativas:

No subitem 12.2.4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação a Escala trouxe uma eficaz solução criativa e divertida, dando resultado direto no comparecimento dos jovens nas provas do Enem, já que esse era o objetivo principal da campanha. Com vídeos simples e de motivação, cases do Sebrae foram divulgados no canal do Youtube reforçando e valorizando o empreendedorismo, gerando um alcance significativo em views e inscritos conforme resultados apresentados.

Reforçando, em TODAS essas licitações foi apresentado o mesmo case do Sebrae/RS e NUNCA a agência foi questionada quanto à solução publicitária proposta e o êxito ao alcançar os objetivos de seu Contratante.

Se já não bastassem tais argumentos até aqui expostos, convém ainda ressaltar quebra de isonomia quando outros julgamentos de concorrentes para o mesmo quesito – Relatos – são analisados. Como primeiro exemplo, a pontuação do quesito para a concorrente AMPLA teve a seguinte justificativa:

“Atendeu parcialmente aos atributos do quesito. Não foi possível abrir o arquivo do Relato 1, o que inviabilizou conhecer a solução publicitária criada para resolver o desafio de comunicação, destacadamente o nível de complexidade apresentado no relato. O Relato 2 não foi assinado pelo representante da licitante, conforme exigência disposta no Edital subitem 11.10-b”. Com isso a agência foi penalizada em sua pontuação final no quesito”.

Isto é, a empresa sequer a) oportunizou da maneira adequada a visualização do arquivo de um dos cases; b) isso por si só impede a percepção exata de qual solução publicitária foi criada e c) o outro case sequer teve assinatura adequada e assim não preenche requisitos formais basilares previstos no Edital. Mesmo assim, a nota da concorrente foi nove de um máximo de dez no quesito.

Da mesma forma, a concorrente EBM Quintto teve severas críticas aos Relatos apresentados e obteve pontuação final 7,8 no quesito, o que já denota a ausência de critério quando do julgamento desta Recorrente.

7,8	Atendeu parcialmente aos atributos do quesito. Relato 1 - Não foi apresentado com clareza o planejamento estratégico que embasou a proposição da solução publicitária e os resultados. Adicionalmente o encadeamento lógico das informações careceu de maior objetividade. Relato 2 - Ação publicitária com multiplicidade de objetivos de comunicação (cuidado sanitário e redução de acidentes no trânsito) dificultando a atribuição da efetiva contribuição da campanha para os resultados obtidos.
-----	--

Em resumo, a Recorrente reforça, sob diversos aspectos, que o case apresentado do Contratante Sebrae/RS é sim um Relato de solução publicitária com os necessários resultados obtidos, ancorado sob as seguintes premissas:

- Contrato do Sebrae/RS onde não há dúvidas quanto à contratação de agência de publicidade e propaganda;
- Documentação robusta em anexo trazido ao conhecimento apenas para reforçar a legitimidade do case da Recorrente para atender ao quesito de Relatos de Soluções de Problemas deste Edital, em que há um problema de comunicação proposto e os resultados obtidos após atuação da Recorrente;
- Ao menos 5 exemplos de concorrências - de porte semelhante - em que foi utilizado o mesmo relato, e suas respectivas avaliações;
- A menor nota, dentre as 5 avaliações trazidas, atingiu 83% da nota máxima;
- Que houve falta de isonomia na avaliação deste quesito, quando comparado às avaliações das agências AMPLA E EBM QUINTTO.

Pelo exposto, esta Recorrente apresenta objetivamente suas considerações e indicações de documentação já acostada aos autos que demonstram, sem sombra de dúvida, alguns enganos quando da análise por estes

nobres julgadores, a qual precisa ser reformada, para aumentar a nota de Relatos de Soluções de Problemas, exatamente nos termos previstos no Edital.

b) Repertório

Pontuação Máxima – 10

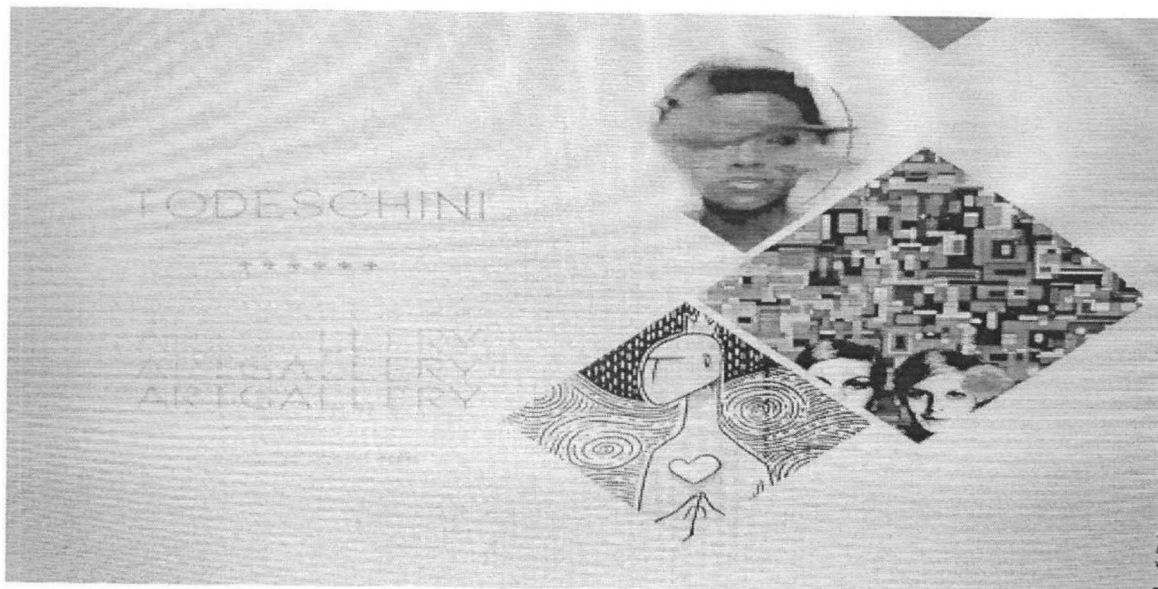
Nota da subcomissão – 9

Justificativa – Atendeu parcialmente aos atributos do quesito. A peça (Todeschini - Art Gallery - Carrosel Redes Sociais) não foi apresentada, inviabilizando sua análise.

Como se lê do documento supracitado, a nobre subcomissão considerou que nas páginas 14/15 do Repertório da Recorrente não houve apresentação da referida peça da Contratante Todeschini.

Mais uma vez causa surpresa a análise da subcomissão, vez que a Recorrente apenas considerou que, para a melhor visualização do que apresentou de forma esmiuçada quando da indicação sucinta do problema, – “(...) *postamos apenas obras de artistas no Instagram da Todeschini. As criações têm como tema reconexão. O TDS Art Gallery obteve maior engajamento nas redes e aceitação do público. Se tornou uma editoria fixa, com parceria de alguns artistas, proporcionando visibilidade para ambos e trazendo à tona a conversa sobre a importância da arte, tendo milhares de visualizações e interações no Instagram da marca.*” – **seria mais interessante destacar a representação gráfica das três imagens das obras de arte,** respeitando assim o item 11.8.1.3: ***As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.***

Conforme segue abaixo, a Recorrente apenas ilustrou o carrossel (formato da peça em destaque) que foi utilizado na rede social competente para solucionar o problema enfrentado e teve o cuidado de descrever a peça apresentada como Repertório.



Desta forma, o que se deseja restar claro é que a Recorrente foi extremamente prejudicada após ter o cuidado em apresentar de forma completa tal peça de seu Repertório. Mesmo com a riqueza de detalhes a partir da exposição do problema o qual a ESCALA buscou solucionar com a referida peça, **a subcomissão entendeu por bem considerá-la 'ausente' tão somente por não constar a representação eletrônica da mesma, não obstante sua representação gráfica, exatamente conforme termos do Edital.**

Amparado não só por um bom senso, mas até mesmo por dispositivo do próprio Edital – item 31.1 - é imprescindível e totalmente razoável, que sejam efetuadas diligências por parte dos nobres julgadores com o intuito de esclarecer que o conteúdo das propostas condiz efetivamente com o que foi determinado pelas regras do Edital, em especial quanto às condições para atribuição de notas dos quesitos do Envelope nº 03.

Como consequência da dita prerrogativa legal supracitada - dever de diligenciar - resta ao agente administrativo a obrigação de assim proceder, ou seja, ao serem verificadas dubiedades quanto às informações contidas na documentação apresentada pelo licitante, não apenas pode, mas, na verdade, deve, a subcomissão promover a atuação necessário ao esclarecimento pretendido e evitar uma redução de pontuação sem qualquer sentido.

Pelo exposto, esta Recorrente apresenta objetivamente suas considerações e indicações de documentação já acostada aos autos que demonstram, sem sombra de dúvida, alguns enganos quando da análise por estes nobres julgadores, a qual precisa ser reformada, para aumentar a nota de seu Repertório, exatamente nos termos previstos no Edital.

IV - DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Aduzidas as razões que balizaram o presente RECURSO ADMINISTRATIVO, esta empresa **ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA**, com supedâneo na Lei nº 8.666/93 e demais instrumentos legais, requer o recebimento, análise e admissão desta peça, para que ao final lhe seja dado provimento para revisão de sua nota no Envelope nº 03, tanto em seu Relato de Soluções e Problemas, quanto em seu Repertório, e que seja dado prosseguimento ao trâmite administrativo conforme termos do item 22.3 – **necessário encaminhamento das razões recursais ao Secretário de Publicidade e Patrocínio**, aumentando a nota original de 77,4, especificamente levando em consideração os fatos debatidos acima, conforme fundamentação exposta.

Em anexo, dispositivo eletrônico com a versão digitalizada desta peça recursal e mais três documentos anexos em pdf.


ESCALA COMUNICAÇÃO & MARKETING LTDA

Melissa Silva
CPF 534465270-87

ROBERTO

LIPORACE

NUNES DA

SILVA

Assinado de forma digital por
ROBERTO LIPORACE NUNES DA SILVA
CPF=12621347000130, ou=AC OAB,
ou=12621347000130, ou=Certificado
Digital, ou=Assinatura Tipo A3,
c=ADVOGADO, cn=ROBERTO
LIPORACE NUNES DA SILVA
Dados: 2022.03.03 14:23:08 -03'00'

Brasília - DF, 03.03.2022

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, com sede à Rua Sete de Setembro n.º 555, CEP 90010-190, em Porto Alegre - RS, inscrito no CNPJ sob n.º 87.112.736/0001-30, neste ato representado por seu Diretor Superintendente em exercício e Diretor de Administração e Finanças, Sr. Carlos Alberto Schütz, inscrito no RG sob n.º 5004836622 e CPF sob n.º 182.014.740-15, e por seu Diretor Técnico, Sr. Ayrton Pinto Ramos, inscrito no RG sob n.º 3000873095 e CPF sob n.º 434.327.350-49, doravante denominado **CONTRATANTE**, e **ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.**, sociedade empresária limitada, com sede a Avenida Carlos Gomes n.º 300, salas 201, 202, 301 e 302, em Porto Alegre - RS, inscrita no CNPJ sob n.º 90.771.544/0001-40, neste ato representada por seu Sócio, Sr. Miguel Angelo de Luca, inscrito no CPF n.º 192.022.610-91, e por seu Diretor Financeiro, Sr. Rodrigo Minella Dipp, inscrito no CPF sob n.º 991.332.100-04, doravante denominada **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente instrumento, aprovada a contratação pela Diretoria Executiva do **SEBRAE/RS** em 7 de dezembro de 2018, que se regerá pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema **SEBRAE**, pelos termos contidos no Processo Administrativo n.º 049/2018 – **CONCORRÊNCIA N.º 03/2018** e pelas cláusulas e condições seguintes:

DO OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA: O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de mídia online para o **CONTRATANTE**.

Parágrafo Único: A prestação de serviços atenderá ao disposto no Edital de **CONCORRÊNCIA N.º 03/2018** e seus Anexos, no Anexo do presente instrumento e as disposições constantes da legislação aplicável.

DAS OBRIGAÇÕES

CLÁUSULA SEGUNDA: São obrigações das partes contratantes:

I – Da **CONTRATADA**:

- a) Iniciar a prestação dos serviços no dia **19 de dezembro de 2018**;
- b) Observar, durante toda a vigência do contrato, todas as condições e requisitos constantes do Edital de **Concorrência n.º 03/2018** e seus Anexos;
- c) Cumprir as disposições do Código de Ética do **CONTRATANTE**, que se aplicam a presente contratação. O documento está disponível no Portal SEBRAE;
- d) Cumprir todas as obrigações constantes do Anexo I do presente instrumento;
- e) Apresentar documento declarando que adotará as normas da atividade publicitária, que trata do relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, frente à Lei n.º 4.680/65;
- f) Apresentar, **em até 60 dias ininterruptos após a assinatura do contrato**, o Certificado do *Google Analytics*;
- g) Comunicar formalmente ao **CONTRATANTE** qualquer anormalidade que interfira no bom andamento do fornecimento objeto deste contrato;
- h) Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre os serviços objeto deste contrato;
- i) Realizar, sob sua exclusiva responsabilidade, toda a supervisão, direção e mão-de-obra para execução completa e eficiente dos serviços objeto deste contrato;
- j) Responsabilizar-se por todos os encargos operacionais, fiscais e comerciais para execução dos serviços desta contratação;



sebraers.com.br
0800 570 0800



- k) Responsabilizar-se pelos danos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização e o acompanhamento pelo **CONTRATANTE**;
- l) Responsabilizar-se por quaisquer acidentes em que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, nas dependências do **CONTRATANTE**, ou em qualquer outro local onde estejam atendendo o objeto desse contrato, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor;
- m) Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto do presente contrato, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o **CONTRATANTE**, desde que de responsabilidade da **CONTRATADA**.

II – Do CONTRATANTE:

- a) Fornecer à **CONTRATADA** todas as informações necessárias para a perfeita execução do objeto do presente contrato;
- b) Efetuar o pagamento à **CONTRATADA**, de acordo com as condições e prazos estabelecidos neste
- c) Exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos acordados e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;
- d) Participar de forma ativa na supervisão, acompanhamento e controle de qualidade da prestação dos serviços.

CLÁUSULA TERCEIRA: São prerrogativas do CONTRATANTE:

- a) Solicitar à **CONTRATADA** todas as providências necessárias ao fornecimento objeto deste contrato;
- b) Proceder a mais ampla fiscalização sobre a fiel execução do fornecimento objeto deste contrato, sem prejuízo da responsabilidade da **CONTRATADA**;
- c) Avaliar a qualidade do fornecimento objeto deste contrato, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;
- d) Exigir o cumprimento de todos os itens deste contrato, segundo suas especificações.

DOS VALORES

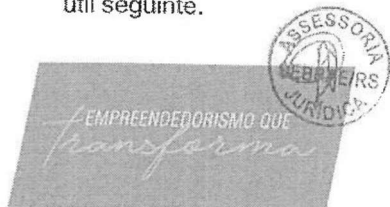
CLÁUSULA QUARTA: O CONTRATANTE pagará mensalmente à **CONTRATADA**, de acordo com os serviços prestados no mês, atendendo aos percentuais expressos na tabela constante do Anexo II, da seguinte forma:

I. Valores relativos aos serviços de terceiros:

- a) Condição de pagamento: fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo **CONTRATANTE**, no dia 25 (vinte e cinco) de cada mês ou no primeiro dia útil subsequente.
- b) Condição de Faturamento: as Notas Fiscais referentes à prestação de serviço de terceiros deverão ser entregues pela contratada na sede do SEBRAE/RS em Porto Alegre sempre no dia 01 (primeiro) de cada mês ou no primeiro dia útil seguinte. Juntamente com o documento fiscal deverá ser entregue cópia das Notas Fiscais das empresas subcontratadas, cópias dos orçamentos, cópia das ordens de compras devidamente assinadas, cópias das autorizações de publicação devidamente assinadas e cópias dos pedidos de inserção;
- c) Forma de Pagamento: O pagamento será efetuado mediante depósito bancário na conta corrente da **CONTRATADA**, descrita no contrato firmado entre as partes, sendo efetuada a retenção na fonte de tributos e contribuições descritas na legislação em vigor.

II. Valores relativos aos serviços prestados pela CONTRATADA:

- a) Condição de Pagamento: Fica estabelecido que os valores devidos com as operações com terceiros serão pagos pelo **CONTRATANTE**, no dia 25 (vinte e cinco) de cada mês ou no primeiro dia útil subsequente;
- b) Condição de Faturamento: As Notas Fiscais deverão ser entregues pela contratada na sede do SEBRAE/RS em Porto Alegre sempre no dia 01 (primeiro) de cada mês ou no primeiro dia útil seguinte.



§ 1º: O pagamento será realizado através de crédito na conta corrente informada pela **CONTRATADA**, após a entrega da nota fiscal/fatura corretamente emitida e devidamente aceita pela fiscalização, sofrendo a retenção de tributos, em conformidade com a legislação vigente.

§ 2º: O registro eletrônico do depósito bancário efetuado valerá para o **CONTRATANTE** como comprovante dos pagamentos.

§ 3º: A regularidade fiscal da **CONTRATADA** junto à Receita Federal (Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União) e a Caixa Econômica Federal (FGTS), durante a vigência do presente instrumento, é condição indispensável para liberação dos pagamentos ajustados.

§ 4º: A Nota Fiscal deverá, obrigatoriamente, conter a razão social, endereço, CNPJ, número do contrato e/ou Autorização de Fornecimento que a originou, o período de execução da prestação do serviço e/ou a data que ocorreu a entrega do bem, sob pena de devolução para ajustes. Estes dados devem ser iguais aos informados no contrato e/ou Autorização de Fornecimento.

§ 5º: A Nota Fiscal deverá ser emitida e entregue na sede do **CONTRATANTE**, conforme endereço abaixo, até o dia 20 do mês. Após esta data, somente será aceita pelo **CONTRATANTE** a Nota Fiscal emitida com a data do 1º dia útil do mês subsequente. No caso de nota fiscal eletrônica, o arquivo xml deverá ser enviado para o e-mail protocologeral@sebrae-rs.com.br.

A/C PROTOCOLO GERAL – SEBRAE/RS
Rua Sete de Setembro, 555 – Centro
Porto Alegre/RS - 90.010-190

§ 6º: Ultrapassado o prazo de 90 (noventa) dias da data da prestação de serviços, não será aceita pelo **CONTRATANTE** a cobrança de qualquer valor, que por erro ou omissão da **CONTRATADA**, não tenham sido expressos em notas fiscais, quando da prestação dos serviços, independente de eventuais ônus da **CONTRATADA** para com terceiros. Nesse caso, a **CONTRATADA** será responsável pela quitação do valor devido junto aos subcontratados, se for o caso, sem quaisquer ônus ao **CONTRATANTE**.

§ 7º: Não serão aceitas Notas Fiscais que possuam rasuras ou ausência de dados obrigatórios.

§ 8º: Os valores pagos à **CONTRATADA** não poderão ultrapassar o montante de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** na vigência do presente instrumento.

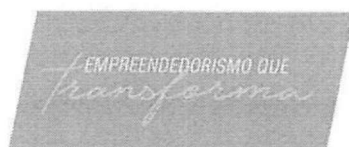
CLÁUSULA QUINTA: No valor referido na Cláusula Quarta estão incluídas todas as despesas com os serviços objeto do presente instrumento, mão-de-obra, alimentação, hospedagem, deslocamento, cessão de direitos autorais patrimoniais, suporte técnico, ferramentas, equipamentos auxiliares, seguros, taxas, impostos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários, encargos sociais e quaisquer outros necessários à perfeita execução do objeto contratado.

DA GARANTIA CONTRATUAL

CLÁUSULA SEXTA: Deverá a **CONTRATADA**, em até 15 (quinze) dias ininterruptos após a assinatura do contrato e antes da data de início dos serviços, apresentar a garantia contratual prevista no item 16 do instrumento convocatório.

§ 1º: A garantia contratual deverá sempre contemplar o período de vigência do contrato e eventuais prorrogações, acrescido de mais 24 (vinte e quatro) meses.

§ 2º: Ocorrendo a prorrogação contratual, a **CONTRATADA** está obrigada a encaminhar ao **CONTRATANTE** a cópia do comprovante de renovação da garantia.



sebraers.com.br
0800 570 0800



DAS RESPONSABILIDADES

CLÁUSULA SÉTIMA: A **CONTRATADA** responderá por todas as obrigações sociais, fiscais, parafiscais, previdenciárias e trabalhistas e outras que incidam ou venham a incidir sobre este contrato, bem como sobre os serviços contratados com terceiros e sobre os contratos de trabalho que mantiver com seus empregados ou prepostos, incluídas as relativas a acidentes de trabalho.

§ 1º: A **CONTRATADA** responderá ainda, civilmente, pelos atos praticados por seus empregados e prepostos, quando da execução do objeto deste instrumento, suportando os ônus decorrentes de quaisquer danos materiais e morais, por eles causados a bens e pessoas, sem prejuízo do direito de regresso.

§ 2º: A inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos estabelecidos, não transfere ao **CONTRATANTE** a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.

§ 3º: Na hipótese do **CONTRATANTE** ser compelido a efetuar o pagamento de qualquer débito fiscal, trabalhista, previdenciário, civil ou de outra natureza, referentes às atividades necessárias ao cumprimento deste contrato, deverá o **CONTRATANTE** ser ressarcido dos valores pagos a este título.

§ 4º: Caso o **CONTRATANTE** seja demandado como réu ou reclamada, em quaisquer ações judiciais ou administrativas que possam ocorrer em consequência da execução deste contrato, em especial reclamações trabalhistas, solidariamente ou subsidiariamente, de empregados ou representantes, autônomos, prestadores de serviços e assemelhados, que prestem serviços para a **CONTRATADA**, fica esta obrigada a reembolsar ao **CONTRATANTE**, no prazo máximo de dez dias contados do recebimento da intimação para pagamento da condenação, as despesas decorrentes da eventual condenação, custas, inclusive honorários periciais e advocatícios, com juros e atualização monetária.

CLÁUSULA OITAVA: As partes concordam que executarão as obrigações contidas neste contrato de forma ética e de acordo com os princípios aplicáveis ao Sistema Sebrae previstos no artigo 2º do seu Regulamento de Licitações e de Contratos.

§ 1º: A **CONTRATADA** assume que é expressamente contrária à prática de atos que atentem contra o patrimônio e a imagem do Sistema Sebrae.

§ 2º: Nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar, a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por meio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção sob as leis de qualquer país, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma que não relacionada a este contrato, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

§ 3º: As partes se comprometem a estabelecer, de forma clara e precisa, os deveres e as obrigações de seus agentes e/ou empregados em questões comerciais, para que estejam sempre em conformidade com as leis, as normas vigentes e as determinações deste contrato.

DA CESSÃO, TRANSFERÊNCIA OU SUBCONTRATAÇÃO

CLÁUSULA NONA: A **CONTRATADA** não poderá ceder, transferir ou subcontratar os serviços relacionados ao planejamento estratégico e criação objeto deste contrato.

Parágrafo Único: A transferência a terceiros não desonera a **CONTRATADA** da responsabilidade quanto às obrigações transferidas.

DA VIGÊNCIA

CLÁUSULA DÉCIMA: O presente contrato entra em vigor no dia 19 de dezembro de 2018 e vigorará pelo período de 12 (doze) meses.



sebraers.com.br
0800 570 0800



DOS ADITAMENTOS

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: O presente contrato poderá ser aditado, mediante acordo entre as partes, no caso de alteração e/ou prorrogação do prazo de vigência do mesmo.

DA DENÚNCIA

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: Fica facultado ao **CONTRATANTE**, o direito de denunciar este contrato, mediante aviso por escrito com 30 (trinta) dias de antecedência, salvaguardados os compromissos assumidos até a data da denúncia.

DAS SANÇÕES

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: Havendo atraso ou descumprimento das obrigações assumidas, sem justificativas fundamentadas por escrito e aceitas pelo **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** estará sujeita as sanções de **Advertência, Multa, Suspensão do direito de licitar ou contratar com o sistema SEBRAE por prazo não superior a 2 anos e/ou Declaração de inidoneidade.**

Parágrafo Único: As sanções de multa poderão ser aplicadas à **CONTRATADA** juntamente com a de advertência e suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: O atraso ou descumprimento de qualquer obrigação contratual sem justificativa por escrito aceita pelo **CONTRATANTE**, implicará na aplicação de multa correspondente aos percentuais e graus descritos nas tabelas constantes do item 5, alínea "c", do Anexo I, conforme o caso, calculado sobre o valor total da fatura mensal, observado o limite de 10% (dez por cento).

Parágrafo Único: Ocorrendo a aplicação de multa, poderá o **CONTRATANTE** efetuar o desconto do valor correspondente na próxima fatura, especificando a retenção no documento fiscal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: Caso haja a desistência da **CONTRATADA** no fornecimento objeto deste instrumento, poderá ser cobrada uma multa indenizatória de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: Ocorrendo quaisquer das situações previstas, a **CONTRATADA** será notificada para fins de apresentação de justificativas, as quais deverão ser apresentadas no prazo estabelecido no respectivo documento.

§ 1º: As notificações e respostas poderão se dar via e-mail ou fax, conforme conveniência das partes.

§ 2º: A ausência de apresentação de justificativas ou não aceitação das mesmas pelo **CONTRATANTE**, importará na ratificação dos termos da notificação e aplicação das sanções previstas.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: As multas e outras penalidades aplicáveis só poderão ser relevadas nos casos de força maior ou caso fortuito, devidamente comprovado, mediante decisão fundamentada.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA: Na aplicação das penalidades previstas neste instrumento e as demais previstas no instrumento convocatório, será considerada pelo **CONTRATANTE** motivadamente, a gravidade da falta, seus efeitos, bem como os antecedentes da **CONTRATADA**, podendo deixar de aplicá-las, se admitidas as justificativas apresentadas de forma antecipada pela mesma.

DA RESCISÃO

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas dará ao **CONTRATANTE** o direito de rescindir unilateralmente o contrato, ficando a **CONTRATADA** sujeita às sanções previstas no instrumento convocatório e no presente contrato, e, ainda, resguardada a prévia defesa, sujeito à pena de suspensão do direito de licitar e de contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.



sebraers.com.br
0800 570 0800



DO ACOMPANHAMENTO

CLÁUSULA VIGÉSIMA: O acompanhamento deste Contrato será realizado pela Gerência de Marketing do **CONTRATANTE**, através da funcionária **JOSINE FERIGOLLO HAUBERT**, Gestora do Contrato, a qual será responsável conforme normativa do **CONTRATANTE**, ou na falta desta funcionária, por quem o **CONTRATANTE** indicar para cumprir a função.

DOS CASOS OMISSOS

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: Os casos omissos, quando não resolvidos de comum acordo entre os contratantes, serão regulados pelas disposições do direito comum e pelos princípios gerais de direito, restando sublinhado, expressamente, que o presente contrato é de natureza civil, não podendo ser invocada a aplicação de regras da legislação do trabalho, posto inócurrenente vínculo desta natureza.

DO FORO

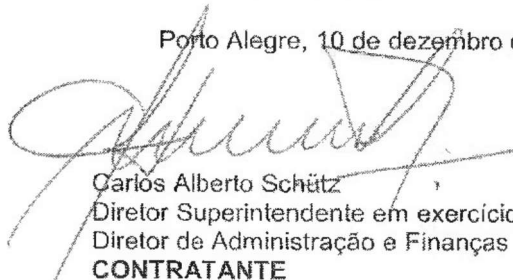
CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: Fica eleito o foro da comarca de Porto Alegre - RS, com renúncia expressa de qualquer outro por mais privilegiado que seja, para dirimir dúvidas oriundas da execução deste instrumento, quando não solucionadas na esfera administrativa das partes contratantes.

E, por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 2 (duas) vias de igual forma e teor, para um só efeito, na presença das testemunhas abaixo qualificadas.

Porto Alegre, 10 de dezembro de 2018.



Miguel Angelo de Luca
Sócio
CONTRATADA



Carlos Alberto Schütz
Diretor Superintendente em exercício e
Diretor de Administração e Finanças
CONTRATANTE



Rodrigo Minella Dipp
Diretor Financeiro
CONTRATADA



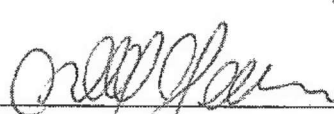
Ayrton Pinto Ramos
Diretor Técnico
CONTRATANTE

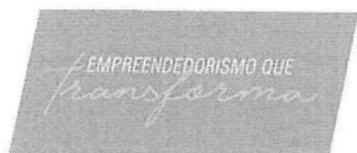
Testemunhas:

Josine Ferigollo Haubert
Gestora do Contrato

e p/ 
Ane Finkler

Nome: _____
CPF: _____


Nome: Michel da Rosa Alves
CPF: 004.196.020-38



sebraers.com.br
0800 570 0800



ANEXO I

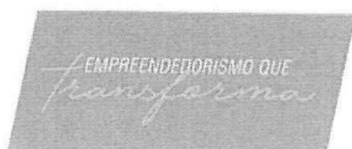
1. OBJETO CONTRATUAL

1.1. A prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de mídia online do **CONTRATANTE**.

2. DEFINIÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS, ESPECIFICAÇÕES, ESPECIFICIDADES DO OBJETO CONTRATUAL E ESCOPO OPERACIONAL DOS TRABALHOS

2.1. A **CONTRATADA** deve estar capacitada a prestar os serviços a seguir listados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do **CONTRATANTE**.

- a) Diagnóstico inicial da presença digital do SEBRAE/RS. Este diagnóstico deve abordar os seguintes aspectos, no mínimo:
 - I. Identificação das plataformas de redes sociais mais relevantes para atuação do SEBRAE/RS; dos assuntos mais discutidos relacionados à instituição; dos formadores de opinião que discutam temas de interesse do SEBRAE/RS no ambiente digital, além da mensuração do grau da audiência destes indivíduos e do grau de influência por eles exercidos; de ambientes estratégicos, de interesse do SEBRAE/RS, em que há lacunas informativas a respeito da Instituição;
- b) Identificação do público-alvo do **CONTRATANTE** no ambiente digital, seu comportamento, necessidades e *mindset* para fins de construção da persona da marca.
- c) Elaboração do Plano de Visibilidade do **CONTRATANTE** nas mídias sociais. Este plano deve apresentar uma estratégia de atuação para cada plataforma de mídia social e os temas que precisam ser abordados na comunicação.
- d) Elaboração de planos gerais de conteúdo para os canais do **CONTRATANTE** nas mídias sociais (com previsão anual, estrutura mensal, adequação semanal e ajuste diário).
- e) Elaboração e publicação de conteúdo nos canais do **CONTRATANTE** nas mídias sociais, seguindo o planejamento previamente aprovado. Entende-se como conteúdo para mídias sociais: textos, banners, capas para os canais, cards, enquetes, fotos e vídeos, infográficos, animações, GIFs e outros formatos. O conteúdo deve ser entregue ao Sebrae RS com antecedência mínima de 24 horas da data prevista para publicação.
- f) Elaboração e execução de projeto para a interação com os influenciadores digitais e parceiros, por meio de uma atuação integrada e alinhada com a equipe de relacionamento com a imprensa.
- g) Monitoramento da marca **SEBRAE/RS** nas mídias sociais para subsidiar informações ao **CONTRATANTE**, visando a construção de relacionamento com seus públicos de interesse e o acompanhamento das manifestações de diversos públicos estratégicos; situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume e/ou intensidade de propagação da mensagem devem ser alertadas de imediato, especialmente aquelas que possam gerar crise;
- h) Elaborar semanalmente o relatório de monitoramento e estratégia, gestão e atualização dos canais em redes sociais;
- i) Planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de mídia digital, com administração diária de verba, bem como monitoramento diário, visando a melhor performance das mesmas. Entrega de relatório semanal de desempenho e/ou sob demanda do **CONTRATANTE**;
- j) Planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de links patrocinados e mídia display, com administração diária de verba visando a melhor performance da campanha e entrega de relatório semanal de desempenho e/ou sob demanda do **CONTRATANTE**;
- k) Planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de campanhas de e-mail marketing e entrega de relatório de cada disparo;



4

sebraers.com.br
0800 570 0800



SEBRAE

- l) Monitoramento, através de ferramentas de Web Analytics, de todas as campanhas de mídia do Sebrae RS, e do comportamento dos usuários nos ambientes digitais da organização, com entrega semanal de relatório de desempenho;
- m) Implementar as tags de acompanhamento de conversão das campanhas digitais nos canais do **CONTRATANTE**;
- n) Seguir tabelas de prazos de criação estipulados pelo **CONTRATANTE**; para a execução dos trabalhos.
- o) Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório dos serviços concluídos, juntamente com os valores das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio (pauta).

2.2. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao SEBRAE/RS:

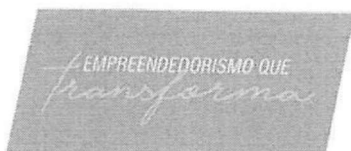
- a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores, tais como vídeos, aplicativos, *hotsites* e *landing pages*.
- b) Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pela contratada, aptos a fornecer serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento.
- c) Todas as contratações de serviços de produção através da contratada, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão obrigatoriamente ser autorizadas pela Gerência de Comunicação do SEBRAE/RS.

2.3. Se e quando julgar conveniente, o SEBRAE/RS poderá:

- a) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela contratada quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou superior a R\$ 10.000 (dez mil reais).
- b) Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento serviços, independentemente de valor.
- c) As disposições dos subitens acima não se aplicam à compra de mídia.

2.4. Prestar os seguintes serviços ao SEBRAE/RS:

- a) Serviço exclusivo de compra de mídia digital. Não podendo ser executado por nenhuma outra empresa durante a execução do contrato.
- b) Instituição e manutenção de acervo do SEBRAE/RS, em meio virtual (Google Drive ou HD Externo), com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- c) A contratada entregará ao SEBRAE/RS todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o SEBRAE/RS possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do contrato e na proposta da contratada, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.
- d) A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/RS os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado para execução do trabalho.
- e) O SEBRAE/RS ou preposto expressamente indicado exercerá a fiscalização sobre os serviços, objeto deste Contrato, cabendo-lhe:
 - I. Decidir pela aceitação ou não das soluções e dos serviços apresentados.
 - II. Exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos deste Contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte.
 - III. Notificar a contratada sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser detectadas na execução deste contrato.
 - IV. Aprovar formalmente, antes da execução, os serviços solicitados.



4 
sebraers.com.br
0800 570 0800

SEBRAE





3. DIREITOS AUTORAIS

3.1. Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

- a) A contratada cede ao CONTRATANTE todos os direitos de uso e patrimoniais de todos os materiais desenvolvidos na execução do objeto contratual, dentre os quais destacamos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.
- b) A cessão é feita a título universal, em caráter irrevogável e irretratável, obrigando as partes e seus sucessores e não tendo limitação quanto a tempo e lugar, salvo quando expressamente limitado.
- c) O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas do contrato decorrente deste instrumento, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a expirar a vigência do contrato.
- d) O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba à CONTRATADA qualquer indenização.
- e) Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a contratada poderá solicitar de cada contratado, a pedido do SEBRAE/RS, dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total, não tendo limitação quanto a tempo e lugar, quando legalmente possível, para que o SEBRAE/RS escolha uma das opções.
- f) Quando o SEBRAE/RS optar pela execução dos serviços com a cessão total e não tendo limitação quanto a tempo e lugar, a contratada se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:
 - I. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos.
 - II. Estabeleçam que o SEBRAE/RS poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
 - III. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.
 - IV. A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte (s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

3.2. A contratada deverá ceder ao CONTRATANTE todos os direitos autorais patrimoniais, limitação quanto a tempo e lugar, permitindo que o CONTRATANTE possa continuar utilizando o material criado sem entrave, se assim desejar.

4. SOLICITAÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. As atividades terão início somente após o envio do briefing pela equipe do SEBRAE/RS à contratada, que pode ser realizado por e-mail ou presencialmente na sede do SEBRAE/RS, para esclarecimentos, orientações, definição de cronograma geral, sendo a mesma agendada por mensagem eletrônica e com antecedência mínima de 2 (dois) dias úteis.



sebraers.com.br
0800 570 0800



5. PRAZO, LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA OU EXECUÇÃO

- Os prazos têm como ponto de partida o envio do briefing da equipe do SEBRAE/RS para a da contratada.
- O prazo de desenvolvimento e entrega da campanha ou peças avulsas de comunicação será negociado em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do SEBRAE/RS, não podendo ultrapassar os prazos limites sugeridos no quadro abaixo:

Peças	Prazo de Criação (dias úteis)
Links Patrocinados	2 dias
Anúncios de Mídia Display	3 dias
Cards e gifs para redes sociais	2 dias
Animações	5 dias
Infográficos	5 dias
Campanha Institucional	10 dias
Campanha Produto	10 dias
Campanha Redes Sociais	7 dias
Campanha de E-mail Marketing	7 dias
Plano de Mídia	5 dias
Roteiro de Vídeo	5 dias
Roteiro de transmissão ao vivo	2 dias
Tagueamento de sites, hotsites e landing pages	2 dias
Relatórios	2 dias

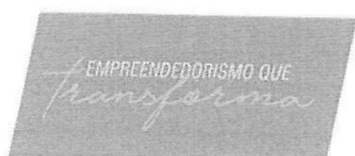
- Para efeito de aplicação de multas às infrações, são atribuídos graus, conforme a tabela I e II a seguir.

I. Tabela I

Grau	Percentual	Correspondência
1	1%	Sobre o valor total do serviço
2	2%	sobre o valor total do serviço
3	3%	sobre o valor mensal da fatura
4	4%	sobre o valor mensal da fatura
5	5%	sobre o valor mensal da fatura
6	6%	sobre o valor mensal da fatura
7	10%	sobre o valor mensal da fatura

II. Tabela II

Item	Descrição da Infração	Grau
1	Atrasos na prestação de serviços/fornecimento (por ocorrência e por dia) até o limite de cinco dias do prazo estabelecido na tabela anterior. Após este prazo, caracterizará a inexecução parcial ou total do contrato.	1
2	Descumprimento do briefing/solicitação (por ocorrência devendo ocorrer a substituição).	2



[Handwritten signature]



sebraers.com.br
0800 570 0800

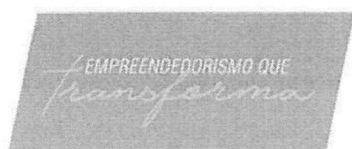


[Handwritten signature]

3	Entregar produtos/serviços em não conformidade com o que foi contratado. Exemplo: fora dos padrões de entrega estabelecidos em contrato e/ou briefing (por ocorrência devendo ocorrer a substituição).	3
4	Entrega parcial dos produtos/serviços contratados (por ocorrência, devendo ocorrer a correção).	3
5	Deixar de pagar os fornecedores subcontratados (para serviços de terceiros previamente aprovados pelo SEBRAE/RS) dentro do prazo estipulado em contrato (por ocorrência devendo proceder o pagamento).	4
6	Reincidência de materiais apresentados com erros (acima de três ocorrências). Exemplo: aplicação da logomarca, ortografia ou erros de digitação (por ocorrência devendo proceder a correção/substituição).	5
7	Não ter profissional de atendimento acessível para responder as demandas no momento em que são realizadas (por ocorrência, devendo proceder o atendimento).	3
8	Não disponibilizar profissionais em condições de qualificação técnica conforme exigido em contrato (por ocorrência/devendo ocorrer a disponibilização).	6
9	Desobedecer às normas técnicas e legais necessárias ao cumprimento do contrato (por ocorrência).	5
10	Descumprimento de qualquer previsão do contrato não prevista nesta tabela de sanções.	1 a 7

6. FORMA DE ENTREGA DOS SERVIÇOS

- Encaminhar, sempre que solicitado pelo SEBRAE/RS, sem ônus, cópia de peças produzidas, nos seguintes formatos:
- Vídeos: cópias em DVD/Pen Drive.
- Peças com imagens: cópias em CD/DVD/Pen Drives.
- Áudios: cópias em CD/DVD/Pen Drives.
- Outras mídias: cópias em CD/DVD/Pen Drives.
- A contratada deverá disponibilizar, sempre que solicitada, as artes abertas de todos os arquivos em produção ou já produzidos.
- A contratada deve manter um portfólio e disponibilizar, sempre que for solicitada, todos os arquivos em produção ou já produzidos.
- A contratada deverá disponibilizar equipe técnica mínima de profissionais para a prestação dos serviços de forma a atender às exigências deste instrumento e às boas práticas, dentro dos prazos requeridos.
- Dependendo do volume de trabalho, a contratada deverá adequar a equipe de profissionais disponibilizados, para atender à demanda com qualidade e dentro dos prazos estipulados. O número mínimo de funções não poderá ser reduzido.

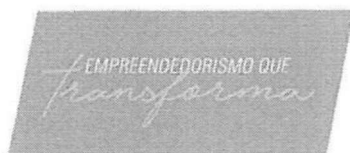


sebraers.com.br
0800 570 0800



7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- a) Designar um profissional da contratada (gerente de conta) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE/RS, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços.
- b) Providenciar as exigências previstas neste instrumento no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da assinatura do contrato, sendo certo que este prazo não se confunde com a execução do contrato.
- c) Iniciar as atividades no prazo máximo de 15 dias úteis, a partir da assinatura do contrato pela contratada e SEBRAE/RS.
- d) Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem ao contrato.
- e) Cumprir todas as exigências descritas neste instrumento e realizar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste instrumento, de acordo com as especificações ora estipuladas.
- f) Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão-de-obra, transportes, equipamentos, máquinas, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto.
- g) Responsabilizar-se pelos custos de alimentação, hospedagem, deslocamentos, durante a execução dos serviços, de seus funcionários ou prestadores de serviços da contratada.
- h) Manter sigilo acerca de todos os dados e informações a que tiver acesso por ocasião da contratação.
- i) Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolvam o nome do SEBRAE/RS mediante sua prévia e expressa autorização.
- j) Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência deste contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do SEBRAE/RS.
- k) Não utilizar a marca SEBRAE/RS ou qualquer material desenvolvido, assim como os dados dos clientes a que tenha acesso no decorrer das atividades inerentes a este contrato, em ações desenvolvidas pela contratada fora do âmbito de atuação deste contrato sem a prévia autorização (no caso de portfólio da agência).
- l) Substituir de imediato, sempre que exigido pelo SEBRAE/RS, e independentemente de justificativa por parte deste, qualquer empregado ou contratado cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do SEBRAE/RS.
- m) Registrar em atas de atendimento todas as reuniões realizadas entre o SEBRAE/RS e a empresa contratada durante a prestação dos serviços, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
 - I. Essas atas deverão ser enviadas pela contratada ao SEBRAE/RS até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização da reunião.
 - II. Se houver incorreção na ata do registro dos assuntos tratados, o SEBRAE/RS fará a devida correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis.
 - III. Manter comunicação frequente com o SEBRAE/RS, através de *follows*, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos, permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.
 - IV. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o SEBRAE/RS.
 - V. Realizar reuniões semanais de *follow* para acompanhamento da execução dos trabalhos.
 - VI. Realizar envio de overview semanal de mídia digital, com análise descritiva das tabelas e sugestões de melhorias.



sebraers.com.br
0800 570 0800



- VII. Apresentar Certificado do Google Analytics até 60 dias após a assinatura do contrato.

8. REMUNERAÇÃO:

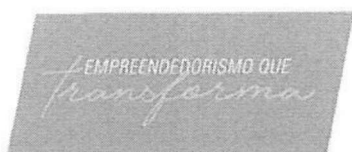
Pelos serviços prestados, a contratada será remunerada da seguinte forma:

- a) Desconto de **75%** pontos percentuais, a ser concedido ao SEBRAE/RS sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul (SINAPRO/RS).
- b) Os layouts reprovados não serão cobrados pela contratada.
- c) Honorários de **0%** pontos percentuais, incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da contratada, cuja utilização pelo SEBRAE/RS não proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de mídia digital.
 - i. Esses honorários serão calculados sobre o preço bruto, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos, caso tenha, cujo recolhimento seja de competência da contratada.
- d) A contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo SEBRAE/RS, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.



A handwritten signature in black ink.

A handwritten signature in black ink.



sebraers.com.br
0800 570 0800



ANEXO II

TABELA DE VALORES

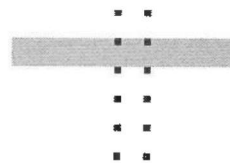
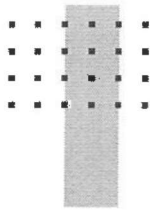
OBJETO	PERCENTUAL OFERTADO
Percentual de desconto sobre a tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado do Rio Grande do Sul, para os serviços que serão executados pelo pessoal e/ou com recursos próprios da agência (criação, supervisão e finalização de arquivos, sem o envolvimento de terceiros), conforme anexo I. (%)	75%
Honorários sobre os custos de serviços de terceiros sem veiculação, conforme anexo I. (%)	0%
Honorários sobre os custos de terceiros somente intermediação, conforme anexo I. (%)	0%
Valor hora em eventual necessidade de assessoria ou consultoria, conforme anexo I. (R\$)	R\$ 0,00
Percentual pago em caso reutilização de direitos autorais a modelos, atores e locutores, por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado, conforme anexo I. (%)	0%
Percentual pago em caso de reutilização de direitos autorais a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado, conforme anexo I. (%)	0%



sebraers.com.br
0800 570 0800

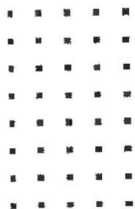


escalacity+



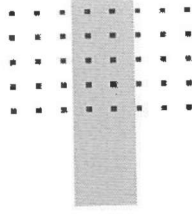


**ATUALIZAÇÃO
PROJETO YOUTUBE
2020**



OBJETIVOS ALCANÇADOS

FASE 1: 08/2019 A 03/2020

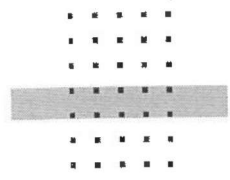


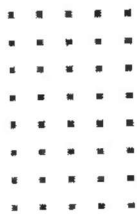
EDITORIAS:

Cumprem com o que foi proposto inicialmente para o Canal. Porém, estamos em um novo momento, precisamos rever e propor upgrades em algumas editorias.

FREQUÊNCIA:

Mantivemos uma frequência semanal alternando conteúdos com produção exclusiva para o Canal e pílulas de conteúdo gerando tráfego para os vídeos do Eventials.





RESULTADOS FINAIS

FASE 1: 08/2019 A 03/2020

R A N K I N G

TRENDS

Visualizações por vídeo:

Alimentos e Bebidas – 1.144

Agronegócio – 1.017

Varejo que dá certo – 561

Turismo – 416

E-commerce – 308

Indústria – 253

VISITA

Visualizações por vídeo:

4 Beer – 725

Bowlerama – 339

Criamigos – 320

Startup Zuna – 305

Especial NY – 247

Spheric – 207

Simplifica

Visualizações por vídeo:

Como tirar a sua ideia do papel – 1.330

Vem ter ideias e validar elas na prática – 827

O que você precisa saber para abrir um MEI – 799

Startup – 362

Dicas de boa gestão – 265

Franquia – 257

R A N K I N G

VOICES

Visualizações por vídeo:

Nada melhor do que escutar quem já passou por isso – 997

Captação e investimento – 415

Errar não é o problema, o problema é insistir – 203

Empreender, aprender e fazer – 164

Empreender para preservar – 150

Empreendedorismo e simplicidade: um casamento que deu certo – 92

COACH

Visualizações por vídeo:

Síndrome do Impostor – 1.682

Intraempreendedorismo – 804

Conflito trabalho e família – 490

Fetiche de empreendedor – 116

Afinal, o que é propósito – 100

SPOILER

Visualizações por vídeo:

NRA – 4.022 (teve mídia)

Como ter ideias criativas e inovar na prática – 612

Zoom no cliente: como criar valor para o mercado – 184

Vale do Silício – 136

Um olhar sobre a cadeia de moda – 84

Engenharia de cardíapio – 41

D A D O S C A N A L

SETEMBRO:

5.2 mil inscritos
5.9 mil total de views
123 likes
3 vídeos

MARÇO:

6.310 mil inscritos
320.124 mil total de views
2.042 likes
641 vídeos

D A D O S C A N A L

VÍDEOS MAIS POPULARES

SEBRAE | Black Week 2019
167.257 Visualizações 0
Curtidas 0 Novos inscritos

SEBRAERS
54.505 Visualizações 0
Curtidas 0 Novos inscritos

SPOILER | Imersão na NRA Show
18.299 Visualizações 5
Curtidas 1 Novos inscritos

Tivemos média em todos os vídeos mais populares.

VÍDEOS COM MAIOR ENGAJAMENTO

Palestra online Descomplicando o marketing digital
2.790 Visualizações 93
Curtidas 123 Novos inscritos

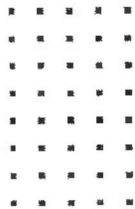
SIMPLIFICA | Como tirar sua ideia do papel?
1.328 Visualizações 112
Curtidas 73 Novos inscritos

Dê um start nas suas ideias
1.235 Visualizações 38
Curtidas 65 Novos inscritos

Orgânico

Orgânico

Orgânico



CENÁRIO CONSUMO VÍDEOS



BUSCA

Há **53 vezes mais chance** de vídeos aparecerem na primeira página de pesquisa. Além disso, a taxa de clique dos vídeos é 41% maior. ([SEMrush](#))

LEMBRANÇA

Há **70% mais chance** de as pessoas se lembrarem do site de uma empresa depois de assistir um vídeo dela. E a chance de obter um clique em um e-mail que possua um vídeo é quase duas vezes maior. ([SEMrush](#))

CONSUMO

91% dos internautas consomem vídeos online e a maior taxa de espectadores de vídeos da América Latina é no Brasil. ([SEMrush](#))



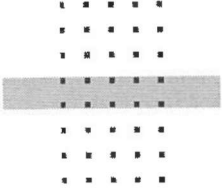


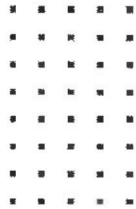
FREQUÊNCIA

78% das pessoas assistem a vídeos online toda semana e 55% assistem a vídeos online todos os dias. (HubSpot)

RETENÇÃO

O público **retêm 95%** de uma mensagem quando assistem a um vídeo (no caso de mensagem em forma de texto a taxa de retenção é de 10%). (Insivia)





CENÁRIO CONSUMO YOUTUBE



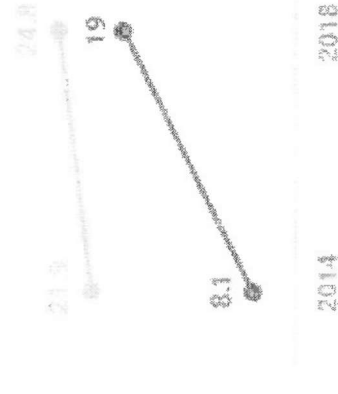
O brasileiro consome **cada vez mais vídeo**

O tempo que o brasileiro dedica assistindo a vídeos só aumentou desde 2014.

Os números mostram principalmente que o **consumo de vídeos online cresce** num ritmo **bem maior** que o da TV.



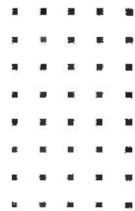
Em 4 anos, o consumo de vídeos na web cresceu 135%. No mesmo período, o consumo de TV aumentou 13%.



■ Horas semanais assistindo a TV

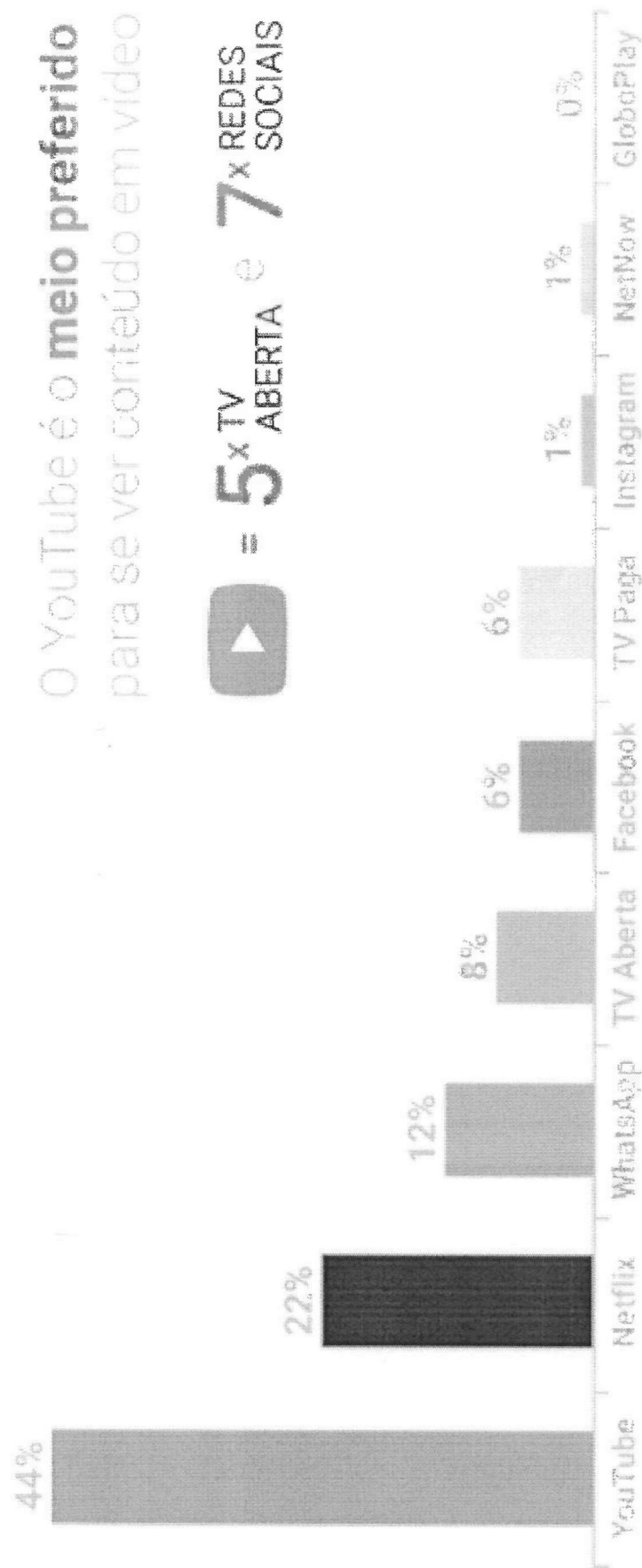
■ Horas semanais assistindo a vídeos na web

Fonte: Video Viewers, PricewaterhouseCoopers, 2018



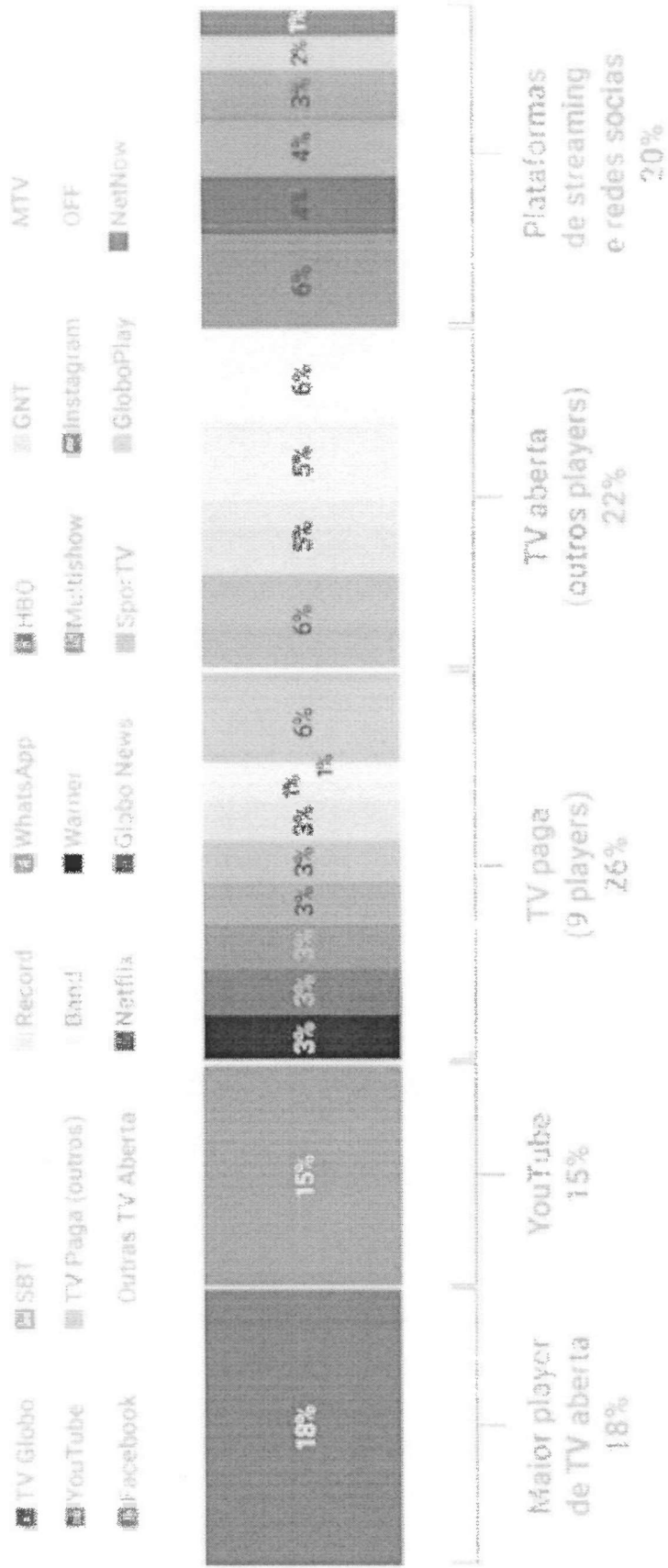
O YouTube é o **meio preferido**
para se ver conteúdo em vídeo

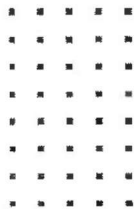
 = **5^x TV ABERTA** e **7^x REDES SOCIAIS**



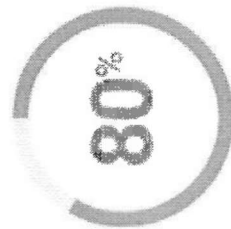


O YouTube já tem o **segundo maior share** de vídeos assistidos no Brasil.





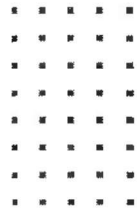
Essas mudanças estão muito ligadas ao peso do YouTube, que trouxe uma nova forma de consumir conteúdo, levando as pessoas a serem mais ativas e empoderadas.



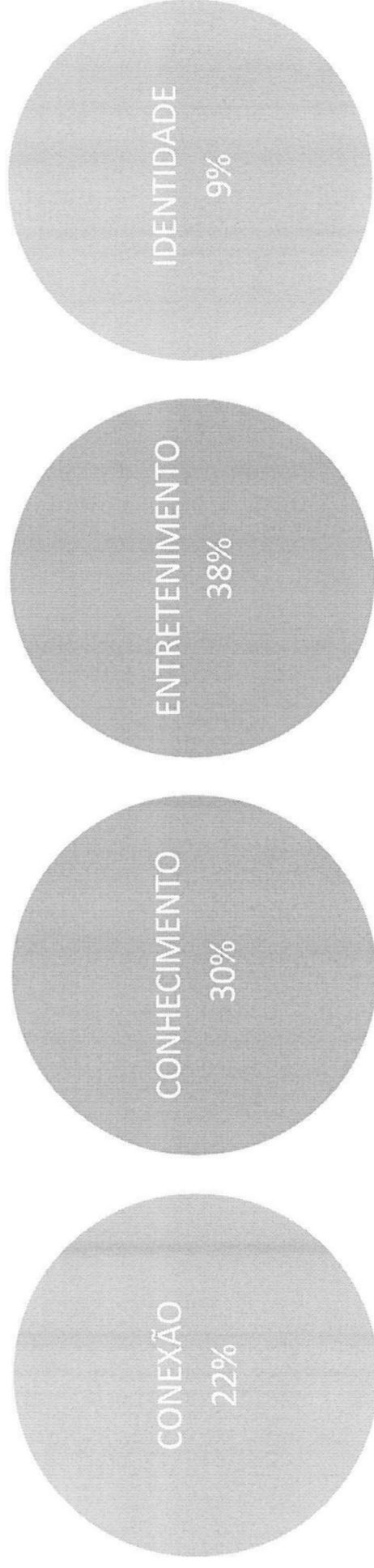
dos consumidores
de vídeos online
procuram conteúdo
que a TV não oferece



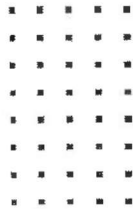
dos consumidores
que veem TV dizem não
ter a intenção de contratar
um serviço de TV paga.



Principais motivações para consumo de vídeos



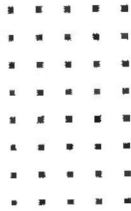
Podemos perceber que o **conhecimento e entretenimento** são as motivações que mais se destacam, somando 68%.



Interessante perceber ainda que o YouTube e a TV aberta dividem as primeiras posições quando se trata dos canais e plataformas com a maior proporção de vídeos assistidos em cada motivação.

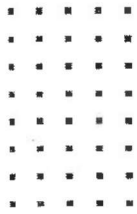


	ENTRETENIMENTO 38,7%	CONHECIMENTO 29,8%	CONEXÃO 22,3%	IDENTIDADE 9,2%
1º	TV Globo (16%)	YouTube (18%)	TV Globo (25%)	YouTube (17%)
2º	YouTube (15%)	TV Globo (17%)	YouTube (8%)	TV Globo (11%)
3º	Netflix (6%)	Facebook (8%)	SBT (7%)	Facebook (9%)
4º	SBT (6%)	Record (5%)	Record (6%)	Instagram (7%)
5º	HBO (5%)	Band (7%)	SporTV (5%)	Record (5%)



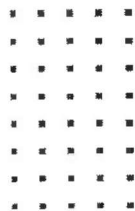
9 em cada 10 pessoas
no Brasil usam o YouTube para estudar

Quando se trata de conhecimento, o drive principal é a busca de vídeos para se qualificar e aprender coisas novas – 6 a cada 10 pessoas buscaram melhorias na sua carreira após ver um vídeo no Youtube.

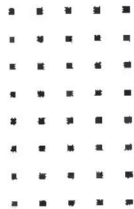


A grande vantagem do youtube como uma plataforma de estudo e conhecimento é a pluralidade, permitindo aprofundamento em temas cada vez mais nichados.

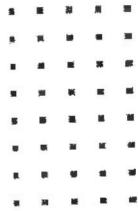
Conteúdos gerados por usuários e conteúdos ultrassegmentados são as principais tendências para o Youtube em 2020.



Como a pandemia interferiu no consumo de Youtube?



CENÁRIO YOUTUBE COVID-19

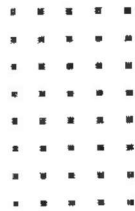


No terceiro dia de quarentena, o consumo de internet no Brasil já havia subido mais de 40%.

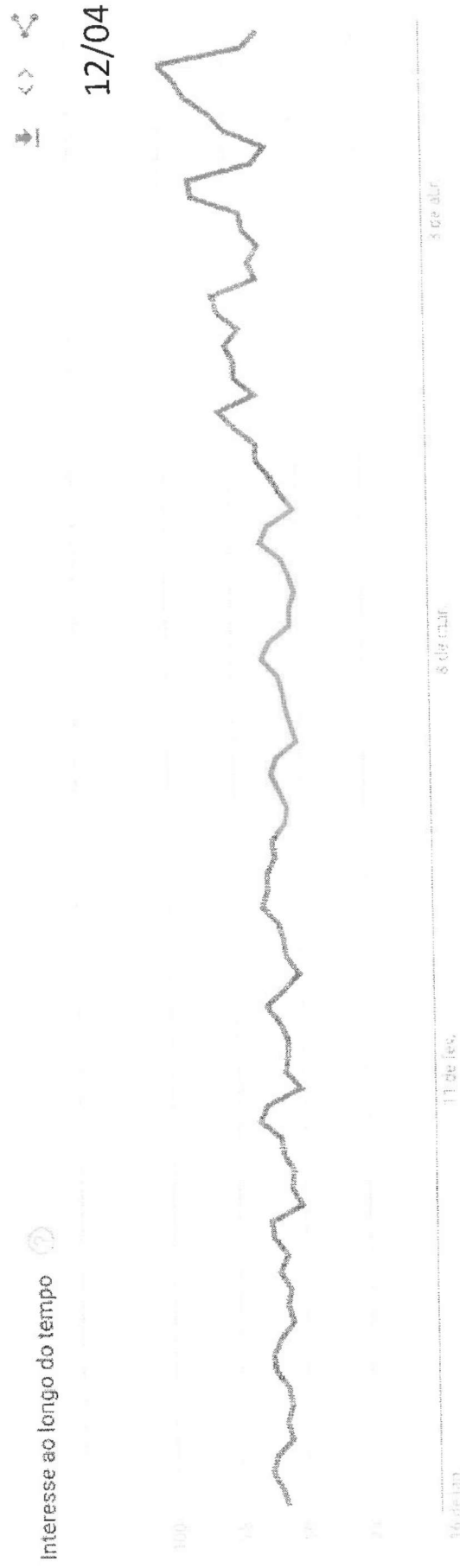
De acordo com dados da Nielsen, o isolamento em casa pode levar a um aumento de quase 60% na quantidade de conteúdo audiovisual consumido.

Netflix e Youtube registraram um aumento no consumo de vídeos durante o período.

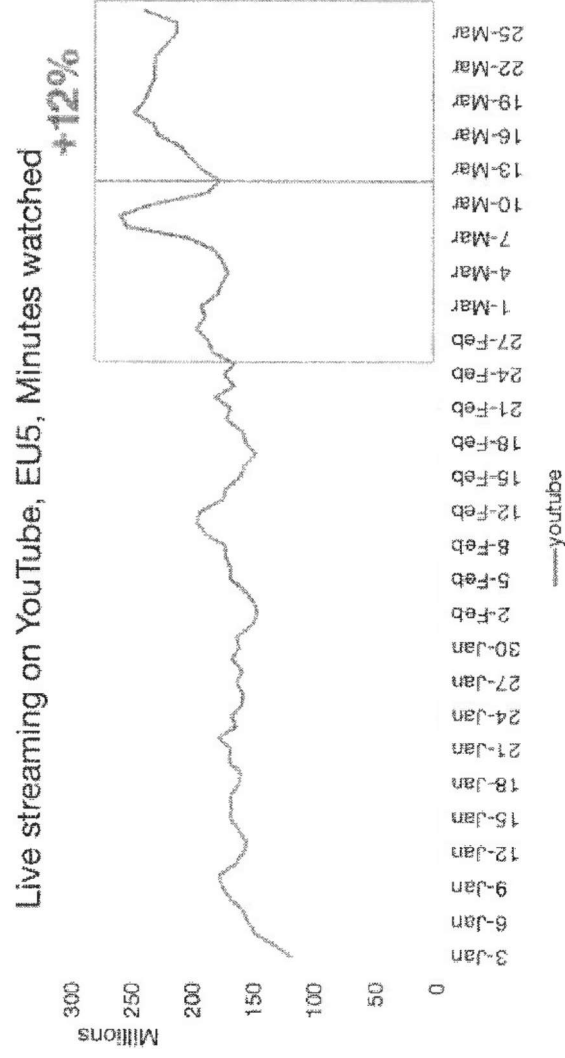
O YouTube reduziu a qualidade de seus vídeos de 4K ou Full HD para "standard" em toda a Europa, em uma tentativa de evitar que servidores fiquem sobrecarregados.



Nos últimos 90 dias, a procura pela palavra YouTube cresceu consideravelmente, chegando ao **pico** máximo nesta semana.



Aumento na procura por lives no mundo

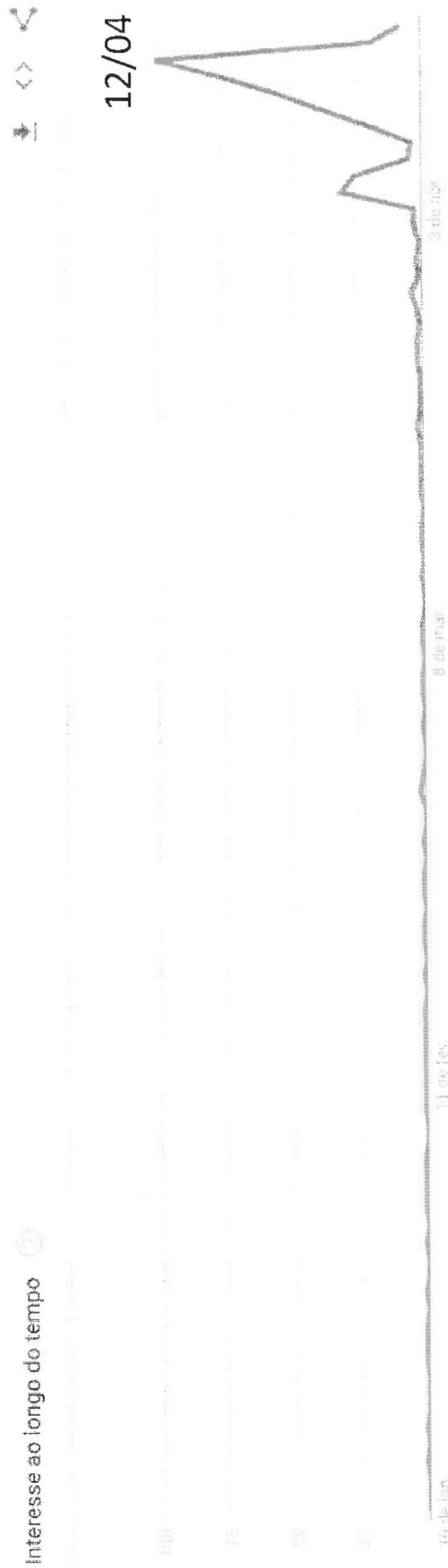


Fonte: Tubular Labs (UK)



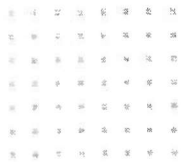
CONSUMO YOUTUBE QUARENTENA

Aumento na procura por lives no Brasil



Fonte: Google Trends





CONSUMO YOUTUBE QUARENTENA

“A grande distinção das lives nesse momento de quarentena é que temos mais pessoas dispostas e com tempo para assistir, mas não apenas assistir. Querem interagir, comentar, fazer perguntas, enviar para os amigos. Tudo isso cria um ambiente favorável para uma live de sucesso e para uma produção que explora ao máximo as potências dessa tecnologia, que é justamente essa promessa de socializar em tempo real”, diz Alexandre, que pesquisa lives desde 2016.

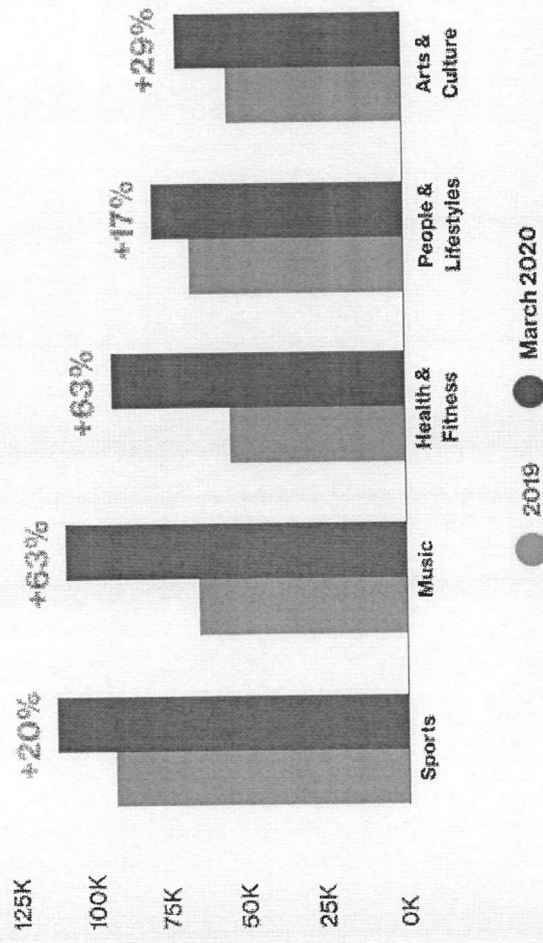


O sucesso das lives no período da quarentena deve-se ao fato que elas dão a impressão da **socialização** em tempo real.



CONSUMO YOUTUBE QUARENTENA

Top 5 categories seeing increased demand in YouTube



CONTEÚDOS DE ENTRETENIMENTO

como esportes, música ou games oferecem uma distração diante de uma realidade conturbada.

CONTEÚDOS DE CONHECIMENTO

relacionados à arte e cultura tiveram grande valorização.



CONSUMO YOUTUBE QUARENTENA

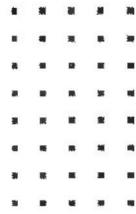
No Brasil, segundo pesquisa realizada na terceira semana de março, os principais conteúdos consumidos foram sobre games, seguidos de esportes e música.

e a plataforma obteve

1,9 bi

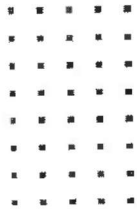
de visualizações durante o período





Mas não é só isso: as pessoas também usam o YouTube para se
informar sobre o que acontece no Brasil e no mundo.

TV Senado ultrapassa 500 mil inscritos no
YouTube

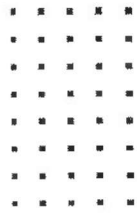


HIGHLIGHTS

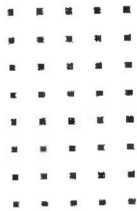
ENTRETENIMENTO E
CONHECIMENTO
(ENSINO E NOTÍCIAS)
COMO CATEGORIAS
MAIS BUSCADAS

CONTEÚDO
ULTRASSEGMENTADO
E GERADOS POR
USUÁRIOS COMO
PRINCIPAIS
TENDÊNCIAS PARA O
ANO

LIVES COMO
FORMATO DE
DESTAQUE EM
TEMPOS DE
ISOLAMENTO
SOCIAL

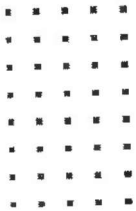


OBJETIVOS PROJETO COVID-19



OBJETIVOS

- _Mostrar para clientes e sociedade em geral que o **Sebrae RS** está totalmente **mobilizado**, apoiando os micro e pequenos negócios durante a crise.
- _ **Aumentar a presença de marca** (conhecimento e lembrança), tanto nos mercados em que está presente como em novos mercados.
- _ **Criar conteúdo relevante** para ajudar nosso público a lidar com o período de crise.
- _ **Gerar interesse** pelos produtos e fluxo para suas páginas.



DIRECIONAIS ESTRATÉGICOS

PILARES DE CONTEÚDO

1

APRENDIZADO

- Nosso formato é didático e acessível para qualquer cliente?
- O conteúdo traz dicas e informações que podem ajudar nosso público a ter insights sobre seu negócio?

2

INFORMAÇÃO

- Traz uma informação relevante para nosso público no período de crise?

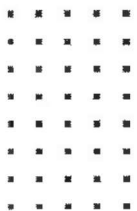
3

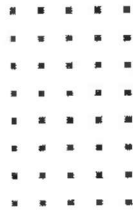
ENTRETENIMENTO

- É um segmento que tem fit com o Sebrae RS e com o nosso público?



ATUAÇÃO





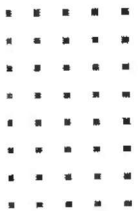
BEST PRACTICES

>> Oferecer vídeos para informar e ajudar. Enfatizando como Sebrae Rs está preparado para enfrentar este período de crise juntamente com seu público.

>> Criar playlist para organizar estes conteúdos no nosso canal. Deixando-os juntos e fáceis para acessar/encontrar.

>> Oferecer opções para nossos clientes conseguirem enfrentar a crise da melhor forma possível, lembrando sempre que estaremos ali caso ele precise de alguma ajuda.

EDITORIAS



SIMPLIFICA

A partir da editoria já existente, contextualizaremos ela para assuntos relacionados ao período de crise. Faremos vídeos com consultores explicando/simplificando questões mais complexas do momento: novas diretrizes do Governo, normas e leis. Sempre que tivermos oportunidade, iremos linkar com conteúdos relacionados da nossa landing page do Corona vírus.

Nosso objetivo é “amparar” nosso público, esclarecendo o máximo de informações possíveis, e deixando-os por dentro de tudo que e poderá acontecer com seu negócio.

COACH

Para o período de crise, esta editoria será um suporte emocional para nosso público. Faremos vídeos com Coachings falando dos aspectos psicológicos da vida do empreendedor, linkando com palestras pertinentes para o assunto, como: *Coronavírus: Saúde emocional de empreendedores e equipes. (uma palestra que já abordamos).*

Nosso objetivo é, além de estar presente ativamente na estabilidade e crescimento de empreendedores neste momento típico, estar ativamente presente em seu bem-estar, em como eles irão enfrentar o processo com saúde física e mental.

SEBRAE RS TRENDS

Aqui traremos – durante todo o ano - inspirações do mercado atual (a partir da crise existente). E como soluções para conseguir enfrentar este cenário, iremos linkar palestras e workshops que o Sebrae está propondo para seu público. É uma forma de “vender” o produto de um jeito mais atrativo e interessante.

Nosso objetivo é mostrar que estamos antenados nas tendências do mercado atual, e temos soluções baseadas nestas tendências para já colocar me prática no seu negócio.

Como já temos hoje, os vídeos podem ser captados com profissionais do Sebrae RS que estão ministrando essas soluções.

SEBRAE VOICES

A ideia desse conteúdo é unir duas editorias já existentes: voices + visita. A partir disso, vamos trazer vídeos selfie com empresários já abordados em outros vídeos da editoria Visita, para contar como eles estão lidando com este período de crise em suas empresas. Quais são as atitudes desenvolvidas por eles para o momento.

Nosso objetivo é dar voz aos empreendedores, mostrar que eles também estão montando estratégias, reestruturando e inovando processos e gestão para driblar os obstáculos do momento e podem dividir atitudes positivas para o público se inspirar e não desistir.

SPOILER

Período: 4x no mês

Aqui iremos manter a editoria que já temos em nosso canal do youtube, porém daremos mais força para ela com os conteúdos especiais sobre a COVID-19. Traremos vídeos semanais, toda a segunda-feira, com spoiler de novos produtos digitais que podem ser utilizados — principalmente- neste período de crise.

Nosso objetivo é valorizar e dar mais visibilidade para nossos produtos digitais, trazendo-os como soluções rápidas do período instável do universo empreendedor.

Nesse momento de crise, sugerimos intercalar esses spoiler de cursos com os teaser de palestras, assim como fizemos com aquelas 3 palestras compiladas num vídeo de 1min, com edição da Cinematográfica. Sendo um spoiler de curso numa segunda e um spoiler de palestras na outra. Seriam 2 publicações de curso e 2 de palestras por mês.

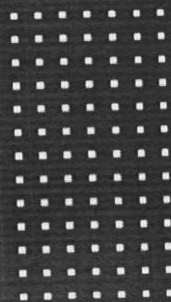
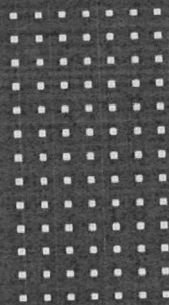
Obs.: se aprovado o teaser das palestras, teríamos custo de edição com a Cinematográfica para esses 2 vídeos compilados ao mês.

Nome editoria	Solução	Frequência	Pecas por mês
Simplifica	LP corona virus	quinzenal	2
Coach	LP corona virus	mensal	1
Sebrae Trends	Palestras e Workshops	mensal	1
Sebrae Voices+Visita	Conteúdo inspiracional	mensal	1
Spoiler	Cursos / palestras / produtos digitais	semanal	4

Nossa sugestão é ampliar o número de postagens de produto. No total ficaríamos com **9 postagens no mês**. Três a mais do que fazíamos no escopo anterior de youtube. Entendemos que em 2020 podemos ampliar nosso discurso focado em produto, aproveitando a tendência do canal no momento.

el
|
ic

OBRIGADO



 _escalacity  /escalacity  /company/escalacity

EMPREENDEDORISMO QUE
transforma

O canal do Sebrae RS no Youtube com a sua cara!

Setembro, 2020

SEBRAE

Dados da pesquisa

Objetivo: Pesquisa qualitativa para mensurar impressões sobre conteúdo a ser disponibilizado no canal do Youtube do Sebrae RS.

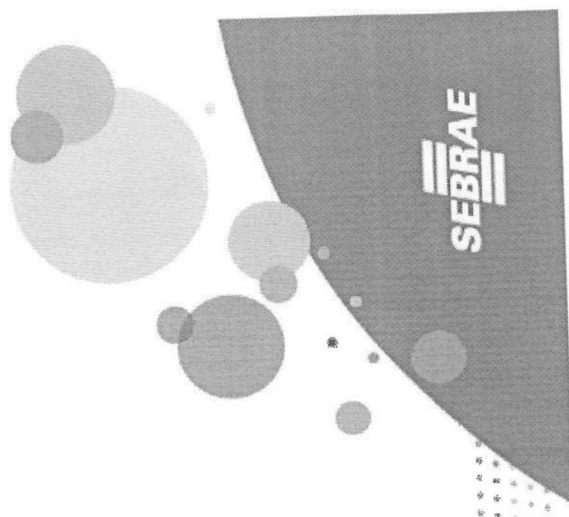
Composição de Mailing: Clientes participantes de palestras e lives em 2020.

Data de início da coleta: 14/09/2020

Data de encerramento da coleta: 18/09/2020 - 12h30

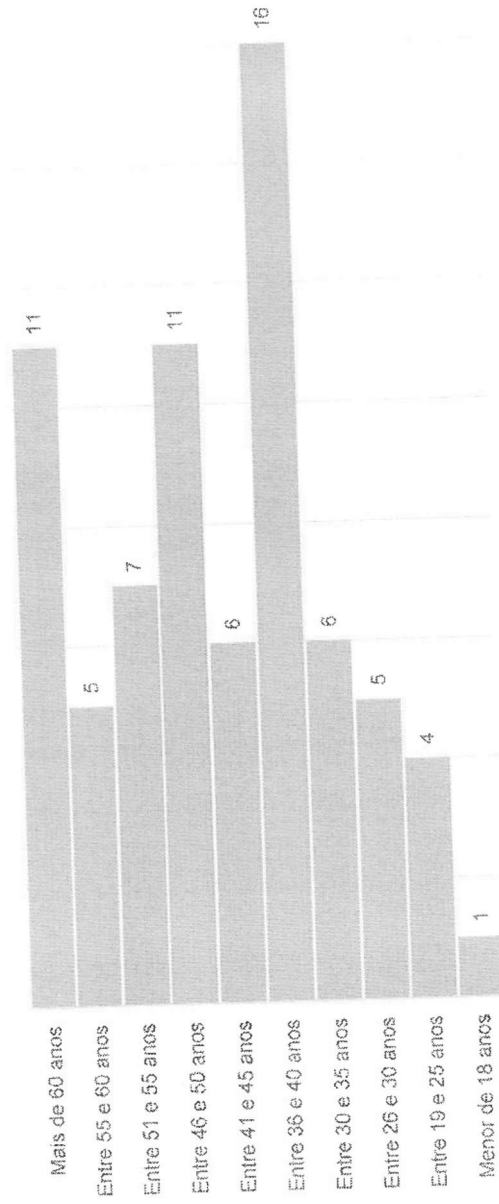
Amostra pesquisa: 73 clientes

Taxa de resposta: 0,72%



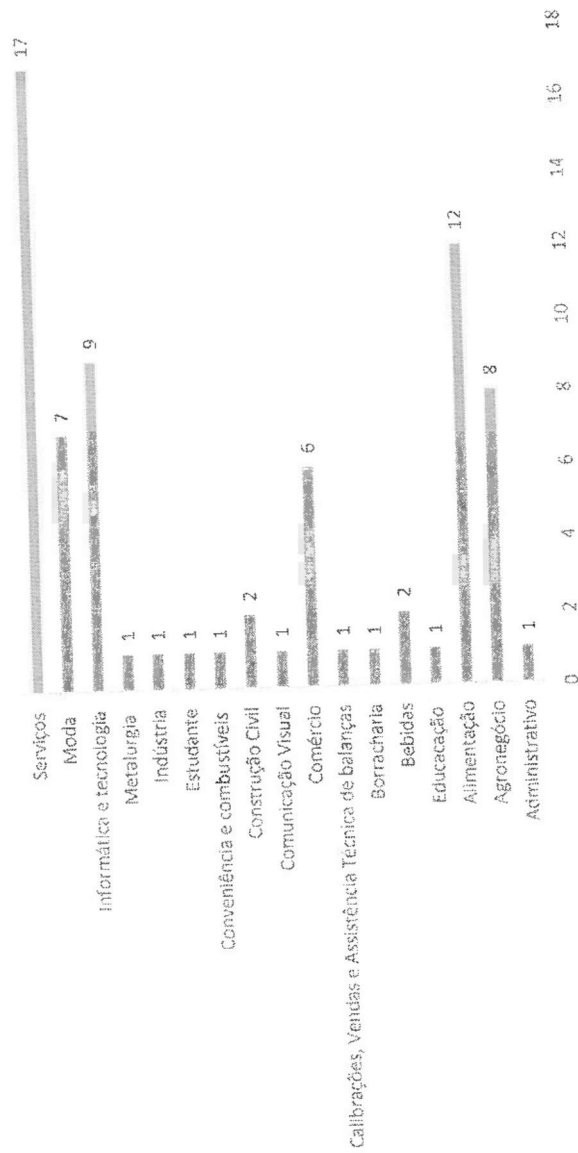
Questão 1

Qual a sua faixa etária?



Questão 2

Em qual segmento de mercado você atua? (Exemplos: Tecnologia; Alimentação; Bebidas; Moda; Serviços.)



Questão 2

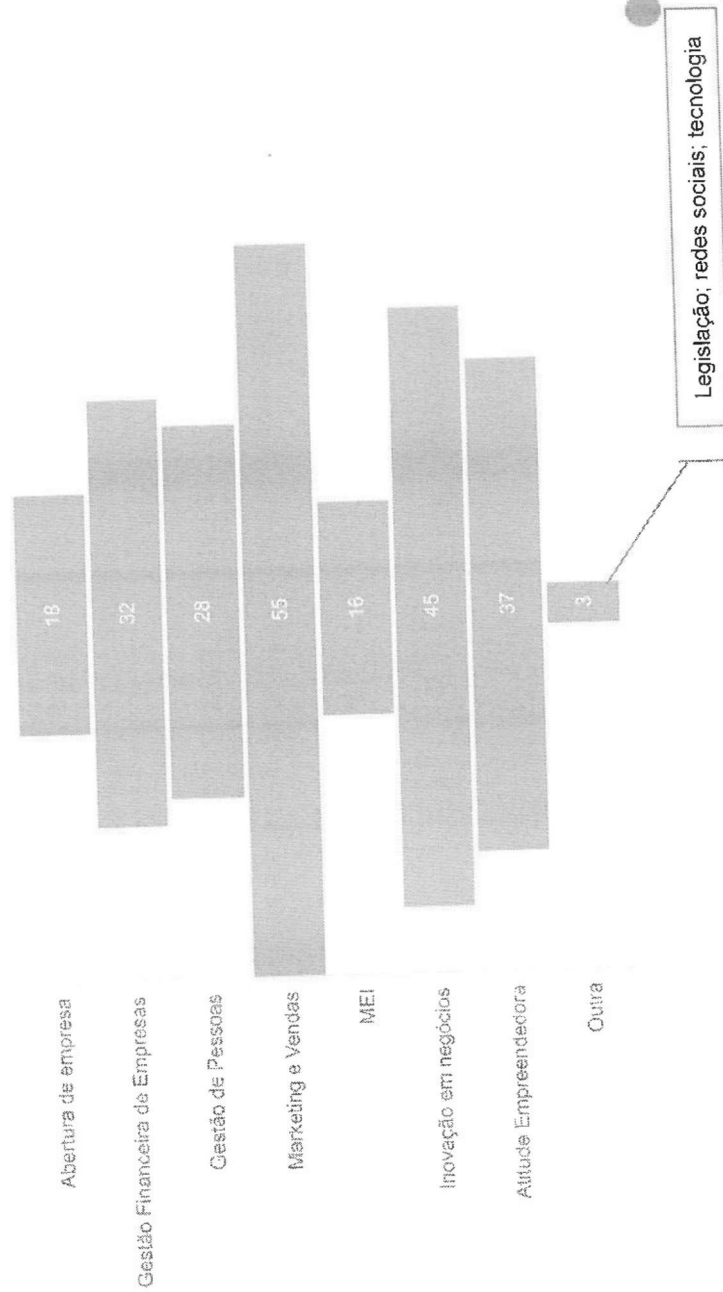
Em qual segmento de mercado você atua? (Exemplos: Tecnologia; Alimentação; Bebidas; Moda; Serviços.)

administrativa agência agricultura agro **alimentacao** alimentos alimentos, bebidas, produtos, alimentos, bebidas bebidas bebidas
comercio comercio **servicos** servicos
moda moda **tecnologia** **turismo** turismo



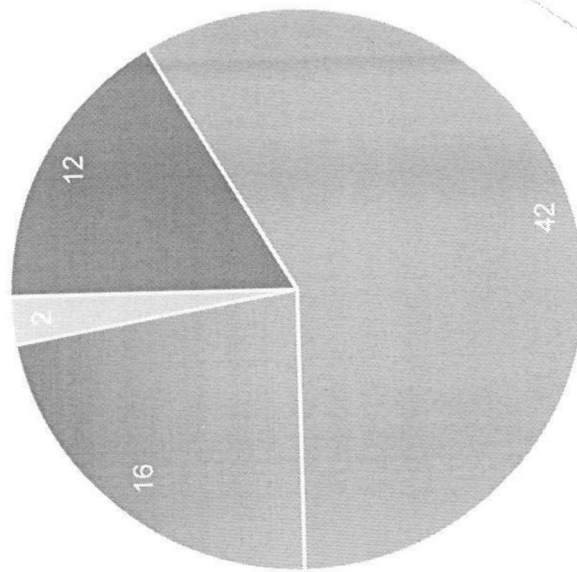
Questão 3

Quais temas você gostaria de ver no nosso canal do Youtube?



Questão 4

Sobre a duração dos nossos vídeos, você prefere:

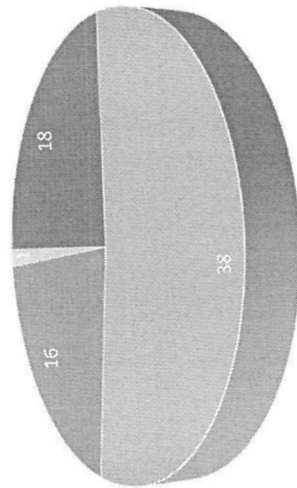


- Vídeos de até 2 minutos abordando os principais tópicos do tema.
- Vídeos com até 10 min. abordando o tema com exemplos.
- Vídeos sobre um mesmo tema divididos em pequenos episódios.
- Outro

O tempo necessário, sem fugir do assunto; Qualquer tempo.

Questão 5

Sobre o formato do nosso conteúdo no Youtube, você prefere:

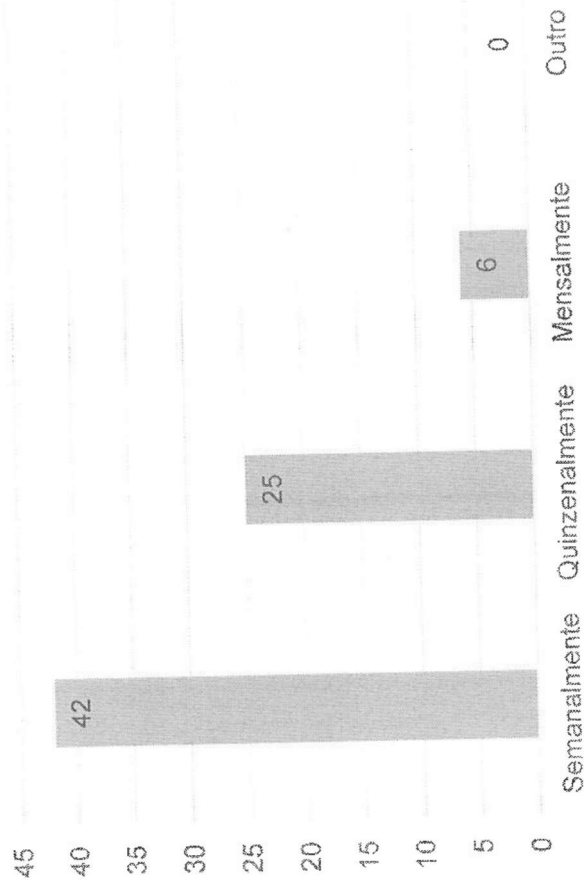


- Pílulas de conhecimento: Informações objetivas sobre o tema abordado.
- Miniaulas: Conteúdo com exemplos para aplicação ao negócio e casos de sucesso.
- Vídeos ao vivo com especialistas discutindo o tema.
- Outro

Acredito que estes três tópicos são importantes

Questão 6

Na sua opinião, novos conteúdos devem entrar no canal com qual frequência?



Questão 7

Deixe aqui sua sugestão ou comentário:

inovar sempre

Desejo sucesso e que os temas sejam para contribuir sem vaidade

Gosto muito de assistir o canal youtube, tem assuntos de grande relevância neste canal.

Hoje existe o portal do Sebrae RS e um outro do Sebrae Nacional, sugiro unifica-los

Explorar mais a questão de venda no digital.

comunicar mais com o mercado que trabalho par aumentar meu faturamento

Sempre dar espaço para os empreendedores locais contarem sua história e aprendizados. Privilegiar com ênfase as pessoas que não aparecem como negros, negras, LDBTQI+, 50+/60+ é a diversidade que traz a riqueza! Porque mais do mesmo ninguém aguenta mais, o velho homem branco (mesmo sendo jovem e cheio de energia) agrega muito pouco, todo mundo sabe o que este pessoal têm a dizer!!!

Criar o Mapa dos Pequenos Negócios por Município, para desenvolver uma economia local forte.

No caso de vídeos semanais, sempre no mesmo dia e horário o/ facilitar lembrar

Instruir empreendedores iniciantes área de Bem Estar pra Atendimento ao cliente online em forma de COWORKING .

Cursos a distância, em grupo

Abordar temas como eficiência energética, meio ambiente, sucessão familiar

SEBRAE



sebraers.com.br
0800 570 0800