



BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A.

CONCORRÊNCIA Nº 0000469/2015

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

ÍNDICE

1 OBJETO	2
2 CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO	4
3 RETIRADA DO EDITAL, INVÓLUCRO E MANUAL DE UTILIZAÇÃO DE MARCAS	5
4 REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO	5
5 ESCLARECIMENTOS AO EDITAL	6
6 PROPOSTAS.....	6
7 ENTREGA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS	6
8 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	8
9 COMISSÃO DE LICITAÇÕES E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	10
10 ABERTURA DOS INVÓLUCROS.....	11
11 JULGAMENTO	15
12 CRITÉRIOS DE JULGAMENTO	16
13 DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO	16
14 IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS	17
15 VALIDADE DAS PROPOSTAS	17
16 FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO	17
17 CONDIÇÕES CONTRATUAIS.....	18
18 PRAZO DE VIGÊNCIA	18
19 ORÇAMENTO.....	18
20 GARANTIA	18
21 PENALIDADES E MULTAS	18
22 RESCISÃO	19
23 DISPOSIÇÕES GERAIS.....	19
Anexo I - Briefing	21
Anexo II - Proposta Técnica – Elaboração e Critérios de Julgamento	25
Anexo III - Proposta de Preços – Elaboração e Critérios de Julgamento	36
Anexo IV - Modelo de Procuração.....	39
Anexo V - Planilha de Preços sujeitos a Valoração	40
Anexo VI - Declaração.....	41
Anexo VII - Declaração de Elaboração Independente de Proposta	42
Anexo VIII - Declaração Ocorrência de Fato Superveniente Impeditivo da Habilitação....	43
Anexo IX - Declaração s/Reutilização de Peças Publicitárias e Direitos Autorais.....	44
Anexo X - Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade.....	45

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A.

CONCORRÊNCIA Nº 0000469/2015

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

O Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A., doravante denominado Banrisul, Banco ou Contratante, torna público que no dia **23/10/2015**, às **09h30min**, por meio da Comissão de Licitações, será realizada licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo MELHOR TÉCNICA, para contratação de serviços de publicidade para o Banrisul e suas empresas controladas, prestados por intermédio de 03 (três) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime da Lei nº 12.232, de 29.04.10, da Lei nº 8.666, de 21.06.93 e, de forma complementar, da Lei nº 4.680, de 18.06.65, bem como dos demais diplomas legais pertinentes ao processo de contratação.

1 OBJETO

1.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de 03 (três) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e suas empresas controladas, inclusive outras que vierem a ser controladas, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias e informar o público em geral.

Empresas controladas pelo Banrisul:

- Banrisul Armazéns Gerais S/A;
- Banrisul Cartões S/A;
- Banrisul S/A Administradora de Consórcios;
- Banrisul S/A Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio.

1.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- c) à criação de peças de comunicação no ambiente digital incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile;
- d) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pelas agências contratadas.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do item 1.1.1. terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.1.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos neste item 1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas e as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, de acordo com as vedações determinadas pela lei 12.232/2010.

1.1.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no subitem precedente, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de vinculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo comunicação.

1.2 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.2.1 As agências atuarão por ordem e conta do Banrisul, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1 e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, em conformidade com o art. 3º da Lei 4.680/65 e § 2º, art. 4º da Lei 12.232/2010.

1.2.2 Com relação à contratação com as empresas controladas, os serviços serão solicitados às agências de modo a garantir a cada uma que o valor efetivamente realizado não seja inferior a 10% (dez por cento) do total executado pelas agências contratadas, durante a vigência inicial de 12 (doze) meses.

1.2.3 – Com relação à contratação com o Banco do Estado do Rio Grande do Sul, os serviços serão solicitados às agências de modo a garantir a cada uma que o valor efetivamente realizado não seja inferior a 10% (dez por cento), nem superior a 50% do total executado pelas agências contratadas, durante a vigência inicial de 12 (doze) meses.

1.2.4 Na hipótese de prorrogação dos contratos, esse percentual poderá ser reduzido ou eliminado, a juízo do Banrisul.

1.2.5 As agências atuarão de acordo com solicitação do Banrisul, indistinta e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1.

1.2.5.1 Para a execução dos serviços, o Banrisul instituirá procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial e na página do Banco na Internet, conforme disposto no parágrafo 4º, art. 2º da Lei 12.232/2010.

1.3 . As agências deverão, ainda, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, conforme dispõe o art. 17, da Lei 12.232/2010.

2 CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Poderão participar da presente licitação os interessados que atenderem a todas as exigências constantes deste edital e seus anexos, sendo que o não atendimento de qualquer das condições implicará desclassificação da proposta ou inabilitação da licitante.

2.2 As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços que integram o objeto deste processo licitatório.

2.3 No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as agências que vierem a ser contratadas deverão comprovar que possuem em Porto Alegre/RS estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Banrisul e empresas controladas.

2.4 As agências participantes que prestem serviços similares aos do objeto desta licitação a concorrentes mercadológicos do Banrisul e suas empresas controladas deverão, caso consagradas vencedoras deste certame, desistir da prestação daqueles serviços, antes da assinatura do contrato oriundo deste processo licitatório.

2.5 As licitantes entregarão à Comissão de Licitações, na sessão de abertura, no dia e hora indicados no preâmbulo para recebimento, os invólucros contendo a documentação necessária para efetivação da habilitação e das propostas técnica e de preços.

2.5.1 Os invólucros serão fornecidos pelo Banrisul, na forma, local e prazos estabelecidos no item 3 do presente edital.

2.6 Não poderão participar desta concorrência agências que se encontrem em processo de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, de dissolução ou liquidação, que estejam punidas com suspensão temporária de participar em licitações e impedidas de contratar com o Banrisul e empresas controladas, ou que estejam em litígio judicial com o Banco e empresas controladas, bem como as que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, direta ou indireta, Federal, Estadual ou Municipal.

2.7 Não será permitida a participação de empresas:

- a) reunidas em consórcio;
- b) estrangeiras que não funcionem no País;
- c) Sociedade de Propósito Específico (SPE).

2.8 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

2.9 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: confirmação de que recebeu do Banrisul o invólucro padronizado previsto no item 3.2 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos; observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

2.10 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o Banrisul e empresas controladas não serão,

em nenhum caso, responsáveis por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

3 RETIRADA DO EDITAL E INVÓLUCRO E MANUAL DE UTILIZAÇÃO DE MARCAS

3.1 O edital da concorrência nº 0000469/2015 estará disponível no site www.banrisul.com.br. e poderá ser retirado na recepção da Unidade de Licitações e Compras, localizada na Rua General Câmara, 156, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, de segunda à sexta-feira, das 10h às 16h, exceto feriados, mediante identificação legal do representante da agência.

3.2 O invólucro para apresentar proposta do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, deverá ser retirado na recepção da Unidade de Licitações e Compras, no mesmo endereço e horário acima mencionados, mediante solicitação formal da agência, por representante devidamente identificado.

3.2.1 O respectivo invólucro/envelope será fornecido até o último dia útil anterior à data de realização da licitação.

3.3 O CD contendo o Manual de Utilização de Marcas do Banrisul encontra-se à disposição dos interessados para retirada na Unidade de Licitações e Compras, localizada na Rua General Câmara, 156, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, de segunda à sexta-feira, das 10h às 16h, exceto feriados, mediante identificação legal do representante da agência.

4 REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO

4.1 Cada licitante apresentar-se-á com apenas um representante legal que, devidamente identificado e credenciado, será o único admitido a intervir em todas as fases do procedimento licitatório, quer por escrito, quer oralmente, respondendo, assim, para todos os efeitos, por sua representada, sendo vedada a representação por uma mesma pessoa para mais de uma agência.

4.2 A identificação far-se-á mediante apresentação de documento oficial de identidade.

4.3 O credenciamento far-se-á da seguinte forma:

- a) se representante legal: por meio de instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, acompanhado do ato constitutivo da empresa que comprove a legitimidade do outorgante, com amplos poderes para representar a licitante em todas as etapas do processo e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da licitante;
- b) se sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa licitante, deverá apresentar: registro comercial no caso de **empresa individual**; cópia do respectivo ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado em se tratando de **sociedade comercial**; e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores; no caso de **sociedade civil**, inscrição do ato constitutivo, acompanhado de prova da diretoria em exercício; em se tratando de **empresa ou sociedade estrangeira** em funcionamento no País, decreto de autorização, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura e para prática de todos os demais atos inerentes ao certame.

4.4 Caso o contrato social ou o estatuto determine que mais de uma pessoa deva assinar o credenciamento para o representante da empresa, a falta de qualquer uma delas invalida o documento

para os fins deste procedimento licitatório.

4.5 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da sessão de recepção, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

4.6 A documentação apresentada na primeira sessão credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição, no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

4.7 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Licitações, na data, hora e local indicados no preâmbulo do edital.

5 ESCLARECIMENTOS AO EDITAL

5.1 As consultas interpretativas deste edital deverão ser formuladas por escrito até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura das propostas.

5.2 As consultas deverão ser protocoladas na recepção da Unidade de Licitações e Compras, na Rua General Câmara, 156, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, das 10h às 16h, de segunda à sexta-feira, ou enviadas para o e-mail banrisul_licitacoes@banrisul.com.br. Os esclarecimentos serão respondidos formalmente, se possível pelas mesmas vias. As consultas recebidas e as respectivas respostas em relação ao presente edital, encontrar-se-ão à disposição dos interessados, na recepção da Unidade de Licitações e Compras e na internet no endereço www.banrisul.com.br.

5.3 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária invólucro nº 1, a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica.

6 PROPOSTAS

6.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme descrito no anexo II do presente edital.

6.2 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços conforme descrito no anexo III do presente edital.

7 ENTREGA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

7.1 As licitantes entregarão à Comissão de Licitações, na sessão de abertura, os invólucros contendo a documentação necessária às Propostas Técnica e de Preços, na Rua General Câmara, 156, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, devendo trazer em seus subscritos as referências indicadas a seguir:

7.2 INVÓLUCRO Nº 1 - Proposta Técnica

7.2.1 No invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – via não

identificada.

7.2.2 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Banrisul.

7.2.3 O invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

7.2.4 Para preservar, até a abertura do invólucro nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

7.3 INVÓLUCRO Nº 2 - Proposta Técnica

7.3.1 No invólucro nº 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, sem as peças da ideia criativa.

7.3.2 O invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – via identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0000469/2015 Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

7.3.3 O invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.4 INVÓLUCRO Nº 3 - Proposta Técnica

7.4.1 No invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.4.2 O invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3 Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0000469/2015 Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

7.4.3 O invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.4.4 O invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e possibilite a identificação da autoria daquele antes da abertura do invólucro nº 2.

7.5 INVÓLUCRO Nº 4 - Proposta de Preços

7.5.1 O invólucro nº 4, contendo a Proposta de Preços, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4 Proposta de Preços Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0000469/2015 Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

7.5.2 O invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.6 INVÓLUCRO Nº 5 – Documentos de Habilitação

7.6.1 Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitações, em dia, hora e local por ela estipulados, apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

7.6.2 O invólucro nº 5, contendo os documentos de habilitação, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5 Documentos de Habilitação Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 0000469/2015 Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

7.6.3 O invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.6.4 Os documentos referentes à habilitação deverão conter rubrica do representante legal da licitante e estar numerados, sequencialmente, da primeira à última folha, de modo a refletir o seu número exato. A eventual falta de numeração e rubrica não acarretará a inabilitação, porém será exigida, na abertura do invólucro, a numeração e rubrica pelo representante legal da empresa licitante, quando presente na sessão.

8 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1 Para habilitação na presente concorrência, as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local estipulados pela Comissão de Licitações, apresentarão a documentação conforme especificado abaixo:

8.1.1 Habilitação Jurídica

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrados na Junta Comercial, em se tratando de Sociedade Empresarial e, no caso de sociedades por ações, acompanhados de documentos de eleição de seus administradores, e no Cartório de Registro

de Títulos Especiais, em se tratando de Sociedades Simples;

- c) Decreto de autorização, devidamente arquivado na Junta Comercial, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País;
- d) Alvará de localização e funcionamento, em vigor na data de sua apresentação, expedido pela Prefeitura Municipal da jurisdição fiscal da matriz da pessoa jurídica;
- e) Prova do enquadramento em Microempresa – ME ou Empresa de Pequeno Porte – EPP, registrada pela Junta Comercial ou Cartório de Registro Especiais, caso se tratar dessas espécies.

8.1.2 Qualificação Técnica

- a) Atestado(s) emitido(s) por empresa(s) de direito público ou privado, que comprove(m) aptidão para prestação dos serviços objeto da presente licitação, vedada a apresentação de atestados fornecidos por uma mesma empresa;
- b) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata o art. 4º, § 1º, da Lei 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

8.1.3 Qualificação Econômico-Financeira

- a) Certidão Negativa de pedido Falência ou Concordata e/ou Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor judicial do local do principal estabelecimento da pessoa jurídica, emitida há menos de 60 (sessenta) dias da data fixada para abertura da licitação;
- b) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, com a indicação do número da(s) folha(s) do Livro Diário, em que o mesmo se encontra transcrito, e data de autenticação do Livro;
- c) Análise Contábil da Capacidade Financeira da licitante - ACF, conforme exigência do Decreto Estadual nº. 36.601, de 10.04.1996. Para o preenchimento deste formulário, deverão ser utilizadas as Tabelas de Índices Contábeis - TIC e DECIL. Somente será considerada habilitada a empresa que obtiver, no mínimo, a nota final da Capacidade Financeira Relativa igual a 2,0 (dois). A empresa com nota inferior será preliminarmente inabilitada.

8.1.3.1 A licitante que apresentar o Certificado emitido pela Contadoria e Auditoria Geral do Estado - CAGE, fica dispensada de apresentar o modelo ACF – Análise Contábil da Capacidade Financeira da licitante, desde que esteja expresso, na referida Certidão, o valor do Patrimônio Líquido. Caso contrário, permanece a obrigação da apresentação do Balanço Patrimonial e das Demonstrações Contábeis, exigidos nas letras 'b' e 'c' do subitem 8.1.3, deste edital.

8.1.4 Regularidade Fiscal

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Prova de regularidade com a Fazenda Federal e INSS, mediante apresentação da Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Certidão quanto à Dívida Ativa da União, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias, contados da data fixada para abertura desta licitação;

- c) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual e Municipal, através de Certidões Negativas de Débito, do domicílio ou sede do licitante;
- d) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com a atividade e objeto contratual;
- e) Prova de regularidade de situação com o FGTS;
- f) Prova de Regularidade Trabalhista na forma da Lei 12.440 de 07 de julho de 2011.

8.1.5 Declarações

- a) Declaração de Inexistência de Empregados Menores no Quadro da Empresa, assinada por quem de direito, por parte da licitante, de cumprimento da exigência de que trata o inciso V, do art. 27, da Lei 8.666/93, nos termos do anexo VI, deste edital;
- b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme modelo constante no anexo VII;
- c) Declaração de Ocorrência de Fato Superveniente Impeditivo da Habilitação, para a licitante que fizer uso do Certificado de Fornecedor do Estado ou outro Certificado de Registro cadastral, anexo VIII;
- d) Declaração sobre Reutilização de Peças Publicitárias e Direitos Autorais, anexo IX.

8.2 A licitante que apresentar o Certificado de Fornecedor do Estado - CFE, emitido pela Central de Licitações do Estado - CELIC ou outro Certificado de Registro Cadastral - CRC, emitido por órgão da Administração Pública Federal ou Estadual, compatível com o objeto licitado, fica dispensado de apresentar os documentos que constem do corpo do CRC, em vigor na data da abertura. Os documentos cujas datas de validade estiverem vencidas, deverão ser regularizados e anexados ao certificado apresentado, sob pena de inabilitação.

8.3 Os documentos referidos no item 8.1 deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente. Poderão ser apresentados documentos extraídos via internet, cuja aceitação fica condicionada à verificação de sua autenticidade através do acesso ao site do órgão que os expediu.

9 COMISSÃO DE LICITAÇÕES E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Licitações, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitos pela Subcomissão Técnica.

9.2 A Subcomissão Técnica será composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Banrisul e empresas controladas.

9.3 Caberá à Subcomissão Técnica:

- a) analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação,

de acordo com os critérios especificados neste edital;

- b) elaborar e encaminhar à Comissão de Licitações os documentos relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, compreendidos pela ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, as planilhas com as pontuações dos quesitos e justificativas escritas das razões que as fundamentaram;
- c) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações.

10 ABERTURA DOS INVÓLUCROS

10.1 No dia, hora e local designados no preâmbulo deste edital, presentes as licitantes ou seus representantes e as demais pessoas que queiram assistir ao ato, a Comissão de Licitações procederá no recebimento dos invólucros números 1, 2, 3 e 4 e na abertura dos invólucros de número 1 e 3 e registrará em ata a presença dos participantes. Após a hora designada, nenhum outro documento ou proposta serão aceitos pela Comissão.

10.2 Primeira Sessão

10.2.1 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio dos documentos exigidos no item 4 deste edital;
- b) receber os invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste edital.

10.2.2 O invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitações se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2.

10.2.2.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 10.2.2, a Comissão de Licitações não receberá o invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

10.2.2.2 Ocorrida alguma das hipóteses previstas no item 10.2.2, ou mais de uma delas, a empresa licitante estará eliminada do processo licitatório.

10.2.3 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a

guarda e responsabilidade da Comissão de Licitações, e separá-los dos invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos invólucros nº 1;

c) abrir os invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do subitem 11.6 deste edital.

10.2.3.1 A Comissão de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 10.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

10.2.3.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Licitações e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m) a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

10.2.4 A Comissão de Licitações não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

10.2.5 Abertos os invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitações.

10.2.6 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 10.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado na forma do subitem 11.6, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

10.2.7 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Licitações, à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão de Licitações, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão de Licitações, à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de

Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste edital;

- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitações, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, da planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.2.8 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 10.2.7 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

10.3 Segunda Sessão

10.3.1 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 11.6 deste edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) executar o sorteio previsto no subitem 6.8, do anexo II, deste edital, quando for o caso;
- f) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do subitem 11.6 deste edital com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993.

10.3.2 Além das demais atribuições previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos das licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações.

10.4 Terceira Sessão

10.4.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 11.6 deste edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

- b) abrir os invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) efetuar com as 03 (três) licitantes mais bem classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, §1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de 03 (três) agências;
- h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as três licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do subitem 11.6 deste edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993.

10.5 Quarta Sessão

10.5.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 11.6 deste edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 5;
- e) informar: e1) o resultado da habilitação; e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do subitem 11.6 deste edital, com a indicação dos proponentes habilitados e

inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993; e3) que será publicado na forma do subitem 11.6 deste edital o nome das três licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

11 JULGAMENTO

11.1 O julgamento desta licitação será efetuado pela Comissão de Licitações designada pela Diretoria do Banco, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas que será feita pela Subcomissão Técnica.

11.2 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes.

11.3 Das reuniões para abertura dos invólucros de Propostas Técnica, Proposta de Preço e de Habilitação, serão lavradas atas circunstanciadas e distintas, quando for o caso, as quais mencionarão todas as licitantes, os documentos apresentados, as reclamações feitas, bem como todas as demais ocorrências que interessem ao julgamento da licitação.

11.4 As atas serão assinadas pelos membros da Comissão e por todas as licitantes presentes ou seus representantes.

11.5 É facultada à Comissão, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da Documentação de Habilitação ou Propostas Técnica e de Preço.

11.6 A juízo da Comissão de Licitações, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Estado;
- c) na página do Banco, na internet: www.banrisul.com.br. ;
- d) por qualquer outro meio que permita o recebimento da comunicação pelas licitantes.

11.7 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4, deste edital.

11.8 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

11.9 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

11.10 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão

efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste edital e seus anexos.

11.11 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

11.12 A Comissão de Licitações poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas às normas legais aplicáveis.

11.13 Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados pela licitante, reserva-se ao Banrisul o direito de destruir os referidos invólucros e os respectivos conteúdos.

11.14 Uma vez abertas as Propostas Técnicas, não serão admitidos cancelamentos, retificações ou alterações nas condições estabelecidas.

12 CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

12.1 Esta licitação é do tipo melhor técnica e será julgada conforme previsto nos anexos II e III deste edital, em consonância com a Lei 8.666/93.

12.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das propostas as 3 (três) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

12.3 As demais agências, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, serão chamadas a se manifestarem quanto à concordância em realizar os serviços pelo mesmo percentual da proposta de menor preço, até a obtenção do número de agências, estipulado no objeto constante no item 1.1, deste edital.

12.4 As agências convocadas na forma do item 12.3 que não concordarem com o preço da 1º classificada na Proposta de Preços perderão o direito de contratar os serviços com o Banrisul e controladas, não lhes cabendo nenhum tipo de indenização.

12.5 Caso todas as propostas sejam desclassificadas, o Banrisul poderá fixar o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, excluídas as causas da desclassificação.

12.6 Todas as agências classificadas nesta licitação serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local da abertura dos novos invólucros. Neste caso, o prazo de validade das propostas será contado da nova data de abertura dos invólucros.

13 DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

13.1 Inexistindo manifestação recursal, a Comissão de Licitações adjudicará o objeto da licitação à(s) licitante(s) vencedora(s), com a posterior homologação do resultado pela autoridade superior.

14 IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

14.1 Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o ato convocatório da concorrência na forma do art. 41 da Lei 8.666/93.

14.2 As impugnações deverão ser protocoladas na recepção da Unidade de Licitações e Compras, na Rua General Câmara, 156, 4º andar – Centro Histórico – Porto Alegre/RS, das 10h às 16h, de segunda à sexta-feira.

14.3 Das decisões proferidas pela Comissão de Licitações, caberá recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis, na forma do art. 109, da Lei 8.666/93, para a autoridade que designar a licitação, interposto por escrito e entregue, mediante protocolo, na recepção da Unidade de Licitações e Compras, conforme endereço indicado acima, impreterivelmente no horário compreendido entre 10h e 16h.

14.4 Interposto recurso, nos termos do item 14.3, deste edital, dele se dará ciência, formalmente, às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

15 VALIDADE DAS PROPOSTAS

15.1 Todas as propostas apresentadas nesta licitação terão, automaticamente, validade mínima de 60 (sessenta) dias a contar da data da marcada para sua abertura.

15.2 O prazo de validade das propostas, se necessário, poderá ser prorrogado, mediante concordância das licitantes.

16 FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

16.1 Após o julgamento das propostas, a homologação do resultado pela autoridade competente e a adjudicação do objeto, o Banrisul e empresas controladas e as licitantes vencedoras poderão firmar contratos específicos visando à execução do objeto desta licitação nos termos da Minuta do Contrato - Anexo X deste edital.

16.2 As licitantes homologadas vencedoras da presente licitação terão o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o contrato. Esse prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado por qualquer uma das licitantes vencedoras durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado, aceito pelo Banrisul.

16.3 Caso não seja respeitado o prazo determinado no subitem 16.2, o Banco poderá cancelar a homologação e aplicar as penalidades previstas na forma da Lei 8.666/93, reservando-se ao Banco o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar os licitantes remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado, inclusive quanto ao preço.

16.4 As licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 16.3 que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades mencionadas no referido item.

16.5 No ato da contratação, as licitantes vencedoras deverão apresentar os seguintes documentos:

- a) procuração, devidamente reconhecida em cartório, que habilite o seu representante a assinar o contrato em nome da empresa;

- b) declaração de que a agência não está prestando serviços de publicidade a empresas concorrentes mercadológicas do Banrisul e empresas controladas.

16.6 A assinatura do contrato estará condicionada à regularidade de situação das licitantes vencedoras junto ao Banrisul.

17 CONDIÇÕES CONTRATUAIS

17.1 Constam na Minuta do Contrato, no anexo X, deste edital.

18 PRAZO DE VIGÊNCIA

18.1 O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do contrato, podendo sua duração ser prorrogada, nos termos do que dispõe o art. 57, da Lei 8.666/93 e legislação pertinente.

19 ORÇAMENTO

19.1 A soma das despesas com os 3 (três) contratos resultantes desta concorrência, nos primeiros 12(doze) meses de suas vigências, está estimada por empresa da seguinte forma:

Empresa	Orçamento Previsto (R\$)
Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A	40.000.000,00
Banrisul Armazéns Gerais S/A	190.000,00
Banrisul Cartões S/A	7.290.000,00
Banrisul S/A Administradora de Consórcios	1.000.000,00
Banrisul S/A Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio	297.798,00
Total Valor Estimado	48.777.798,00

20 GARANTIA

20.1 A contratada deverá fornecer, durante toda a vigência do contrato, garantia por uma das modalidades previstas no art. 56, parágrafo 1º, da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, no valor equivalente a 0,5% (cinco décimos por cento) do orçamento previsto, devendo apresentar o respectivo comprovante em até 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do contratante, contados da data de início da vigência do contrato, sob pena de rescisão contratual e sanções administrativas cabíveis, conforme **cláusula décima oitava** da minuta de contrato anexa ao presente edital.

21 PENALIDADES E MULTAS

21.1 A contratada se sujeita às penalidades e multas previstas na **cláusula vigésima primeira** da minuta do contrato anexa ao presente edital, garantida a defesa prévia, nos termos da Lei 8.666/93.

22 RESCISÃO

22.1 O contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas nos arts. 77 a 80 da Lei 8.666/93.

23 DISPOSIÇÕES GERAIS

23.1 A Comissão de Licitações ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do invólucro nº 2.

23.2 A Comissão de Licitações, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder na vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências, classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

23.3 A Comissão de Licitações poderá, no interesse do Banrisul, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

23.4 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Banrisul comunicará os fatos verificados às autoridades competentes, para a tomada das providências cabíveis.

23.5 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

23.6 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do objeto, ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

23.7 Qualquer tentativa das licitantes influenciarem a Comissão de Licitações, no processo de julgamento das Propostas, resultará na sua desclassificação.

23.8 Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitações que a eles aplicará as disposições da Lei 8.666/93 e ainda disposições supletivas, se couber, desde que não venha conflitar com a referida legislação.

23.9 Fica, desde logo, esclarecido que todos os participantes desta concorrência, pelo simples fato de nela licitarem, sujeitam-se a todos os seus termos, condições, normas, especificações e detalhes, comprometendo-se a cumpri-la plenamente, independentemente de qualquer manifestação expressa ou tácita.

23.10 A administração do Banco poderá revogar ou anular, parcialmente ou na sua totalidade, esta concorrência, observadas as disposições do art. 49, da Lei 8.666/93.

23.11 Vista ao processo será fornecida ao representante legal devidamente identificado e mediante solicitação formal, na Unidade de Licitações e Compras, na Rua General Câmara, 156, 4º andar, Centro Histórico – Porto Alegre/RS, de segunda à sexta-feira, das 10h às 16h. As cópias serão

fornecidas mediante pagamento dos emolumentos devidos.

23.12 Os horários mencionados neste edital referem-se ao horário de Brasília.

23.13 São partes integrantes e complementares deste edital:

Anexo I – Briefing;

Anexo II – Proposta Técnica – Elaboração e Critérios de Julgamento;

Anexo III - Proposta de Preços – Elaboração e Critérios de Julgamento;

Anexo IV - Modelo de Procuração;

Anexo V - Planilha de Preços sujeitos a Valorização;

Anexo VI – Declaração;

Anexo VII - Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

Anexo VIII - Declaração de Ocorrência de Fato Superveniente Impeditivo da Habilitação;

Anexo IX – Declaração sobre reutilização de peças publicitárias e direitos autorais;

Anexo X - Minuta do Contrato;

Anexo XI – Documento de Capacidade Financeira.

Porto Alegre, 08 de setembro de 2015.

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S.A.
UNIDADE DE LICITAÇÕES E COMPRAS

ANEXO I

BRIEFING

Este *briefing* se destina às licitantes que participarão do processo licitatório para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e suas empresas controladas.

A implementação das propostas apresentadas pelas agências vencedoras da licitação ficará a juízo e deliberação dos contratantes.

1 SITUAÇÃO BASE

1.1 A Empresa ¹

O Banrisul é uma sociedade de economia mista, constituída sob forma de sociedade anônima, com capital aberto desde 1931. Atua, preponderantemente, na região sul do Brasil, tendo hoje aproximadamente 12.000 funcionários. Conforme dados do 1º trimestre de 2015, possui uma rede de 531 agências (02 no exterior), 206 postos de atendimento bancário e 593 postos de atendimento eletrônico, totalizando 1330 pontos de atendimento. De acordo com o ranking 50 Maiores Bancos, do Banco Central do Brasil, em dez/2014, o Banrisul ocupava o 11º lugar em ativos totais, 11º em patrimônio líquido, 7º em número de agências e 7º em depósitos totais, sendo líder no mercado regional.

O Banrisul oferece ampla variedade de produtos e serviços financeiros como cartões de crédito e débito (Banricompras), seguros, previdência privada, grupos de consórcios, administração de recursos de terceiros, rede de adquirência própria (Vero), o que o caracteriza como banco múltiplo. As operações de crédito abrangem os segmentos de pessoas físicas e jurídicas, bem como os financiamentos imobiliário e rural.

São empresas controladas pelo Banrisul: Banrisul Armazéns Gerais S.A., Banrisul Cartões S.A., Banrisul S.A. Administradora de Consórcios e Banrisul S.A. Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio.

1.2 Estratégias Corporativas do Banrisul²

- a) Buscar o crescimento de sua carteira de crédito de forma prudente e sustentável, mantendo níveis atrativos de rentabilidade.
- b) Consolidar e manter sua liderança no Estado do Rio Grande do Sul.
- c) Fortalecer seu relacionamento com entidades públicas e consolidar sua presença no setor.
- d) Investir em tecnologia, como forma de reduzir custos, obter ganhos de escala e produtividade e aumentar a gama de produtos que o Banco disponibiliza.

1.3 Vantagens Competitivas³

¹ Informações extraídas do site de Relações com Investidores do Banrisul (<http://ri.banrisul.com.br/>). Acesso em 29/05/2015.

² Ibid.

³ Ibid.

- a) Sólido histórico de crescimento e baixo custo de captação, devido às fontes diversificadas de captação de recursos do Banco.
- b) Plataforma de atendimento com grande capacidade de originar novos negócios, flexibilidade para aumento do volume de crédito e distribuição de produtos e serviços financeiros.
- c) Forte presença e reconhecimento da sua marca na região sul do País, em especial no Estado do Rio Grande do Sul.
- d) Solidez financeira evidenciada pela qualidade dos seus ativos, decorrente da política conservadora de concessão de crédito.
- e) Sólido relacionamento institucional com entidades públicas, por ser o banco oficial e principal agente financeiro do Estado do Rio Grande do Sul, seu acionista controlador.
- f) Modelo de gestão com foco em resultados e controle centralizado das suas operações.

Deve-se destacar, ainda, a Rede Vero (antes Rede Banricompras) que está cada vez mais robusta e competitiva, com presença em mais de 100 mil estabelecimentos comerciais, e que captura bandeiras como Mastercard e Visa. A Rede Vero e o Cartão Banricompras são grandes diferenciais competitivos do Banrisul no mercado de meios de pagamentos e instrumentos de captação e retenção de clientes bancários.

2 DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

No cenário atual, os produtos ofertados pelas instituições financeiras pouco se diferenciam e as estratégias de marketing estão focadas na oferta de serviços e na divulgação de canais e produtos voltados ao mercado digital. Consideráveis somas, inclusive, têm sido investidas no desenvolvimento de tecnologias que atendam aos anseios de uma sociedade que precisa realizar suas transações financeiras de forma ágil, fácil, segura e com comodidade.

Dessa forma, as instituições financeiras necessitam buscar um diferencial, que não deve ser somente teórico, mas de fácil percepção pelos seus públicos. O desafio que se apresenta, portanto, é adotar um posicionamento que diferencie o Banrisul de seus concorrentes, dando-lhe maior visibilidade, com ênfase em:

- Modernidade – o Banrisul evoluiu, se modernizou e possui soluções avançadas, competitivas tecnologicamente, seguras e que atendem aos anseios do atual mercado. Essa modernidade se expressa, por exemplo, através de novos canais de atendimento, soluções tecnológicas eficientes e seguras; pelo redesenho de antigas marcas; pela criação de identidades visuais alicerçadas em novos conceitos; pela utilização de novas mídias e formas de comunicar, etc;
- Proximidade do Banrisul com as comunidades em que atua – pela amplitude da rede de agências e pela diversidade de canais de atendimento, o Banrisul mostra-se cada vez mais próximo na vida das pessoas e das comunidades. Da mesma forma, se faz presente através do apoio a importantes projetos, por intermédio do Programa Banrisul de Patrocínios e das leis de incentivo à cultura e ao esporte.

Espera-se que as agências concorrentes apresentem uma campanha institucional que posicione, publicitariamente, o Banrisul a partir dessas duas dimensões: é dos gaúchos, mas é, também, moderno e completo como os mais avançados bancos do país. A necessidade de apresentação de um novo slogan fica a critério de cada licitante.

3 OBJETO DA DEMANDA

Desenvolver campanha publicitária institucional, enfatizando os diferenciais do Banrisul, com foco na modernidade e na proximidade do Banco com as comunidades em que atua. A proposta de comunicação apresentada deverá ter viés comercial e mercadológico.

4 OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

4.1 Geral

- Fixar posicionamento que diferencie o Banrisul no mercado e maximize sua visibilidade como um banco moderno, eficiente e comprometido com as comunidades em que atua.

4.2 Específicos

- Realçar características especiais da instituição: modernidade, eficiência e proximidade do Banrisul com as comunidades em que atua.
- Divulgar produtos e serviços estratégicos para o Banrisul, reforçando aspectos, tais como agilidade, facilidade e segurança.
- Apresentar as soluções tecnológicas disponibilizadas aos seus públicos de interesse, enfatizando a busca constante de atualização e aprimoramento dessas soluções, seja nos aspectos negociais, seja nos de segurança.
- Revelar a eficiência do Banrisul como um diferencial na prestação de serviços.
- Tornar público o compromisso do Banrisul com a sustentabilidade em todas as suas dimensões, difundindo as iniciativas promovidas e/ou apoiadas pelo banco.
- Gerar identificação da comunidade com o Banrisul, por este ser um banco próximo, com ampla capilaridade e diversidade de canais de atendimento.

5 PÚBLICO-ALVO

- O conjunto da sociedade gaúcha.

6 PRAÇAS

- Estado do Rio Grande do Sul.

7 CANAIS DE COMUNICAÇÃO (próprios) DO BANRISUL

7.1 Público Externo

- telas de terminais de autoatendimento;
- merchandising nas agências do Banrisul (ex.: folder, filipetas, banner, totens);
- displays digitais em agências;
- TV's corporativas;
- portal: www.banrisul.com.br;
- mídias sociais;
- links em portais externos, tais como em sites de universidades/empresas/órgãos/ parceiros;

- mobile banking;
- e-mail marketing.

Obs.: a proposta poderá abranger ações além desses canais.

8 PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO

A campanha proposta pela licitante deverá ser planejada para um período de 04 (quatro) meses compreendidos dentro do ano de 2016. Esse período de realização da campanha publicitária deverá ser indicado pela licitante.

9 INVESTIMENTO PARA O PROJETO

No cálculo da alocação dos valores para produção e veiculação da campanha de que trata este *briefing*, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

10 OUTRAS INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS

- Site institucional: www.banrisul.com.br.
- Informações aos investidores (disponíveis em <http://ri.banrisul.com.br>).
- Manual de aplicação da marca do Banrisul, em CD fornecido pelo Banrisul.

ANEXO II

PROPOSTA TÉCNICA – ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

2 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

2.1 O Plano de Comunicação deverá ser apresentado em 2(duas) vias – IDENTIFICADA e NÃO IDENTIFICADA.

2.2 O Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, sem os exemplos de peças e ou material de Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com identificação do licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos devidamente identificado.

2.2.1 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

2.3 O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2, e será composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia e deverá ser elaborado com base no briefing (anexo I), observadas as seguintes disposições:

2.3.1 Raciocínio básico

Texto em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Banrisul, a compreensão sobre as informações constantes do *briefing* e os desafios ou problemas de comunicação, gerais e específicos, a serem enfrentados;

2.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

A licitante apresentará e defenderá, sob a forma de texto, o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Banrisul. Além disso, a licitante deverá explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema e dos objetivos de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar;

2.3.3 Ideia Criativa

A licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos deverão ser limitados a 08 (oito) peças, sendo no máximo 01 (uma) peça de cada tipo a seguir relacionado: anúncio para jornal, spot para rádio, filme para tv, anúncio em *outdoor*, anúncio em revista, cartaz, folder e peça de divulgação na internet;

2.3.4 Estratégia de mídia e não mídia

Constituída de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *briefing* (anexo I).

Essa apresentação deverá conter simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, devendo constar resumo geral com informações sobre período de distribuição, quantidade de inserções, valor dos investimentos alocados em veículos de divulgação e na produção e/ou execução técnica de cada peça, conforme referido no subitem 2.3.4.2.

2.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 2.11 deverão constar dessa simulação.

2.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e/ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- e) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

2.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação (sem considerar possível redução decorrente de negociação com os veículos);

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

2.4 O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- f) com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor preta, observado o disposto na alínea 'b' do subitem 2.4;
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- i) capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- j) sem identificação da licitante.

2.5 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'preta', tamanho '10 pontos';
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 2.8.

2.6 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores. Poderão, ainda, ser apresentados em papel A3 dobrado.

2.7 Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 2.4.

2.7.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 7.2.4 e 10.2.2, deste edital.

2.8 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 2.11 estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

2.9 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 7.2.4 e 10.2.2, deste edital.

2.9.1 Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

2.10 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

2.10.1 Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens.

2.10.2 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 2.4, no que couber e não serão computadas no limite previsto no item 2.8.

2.11 A apresentação da campanha publicitária, constante do item Ideia Criativa, deve observar as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 2.3.2, com comentários sobre cada peça e/ou material. Os comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material, bem como produtos ou serviços que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios, geral e específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

Obs. 1: as logomarcas e suas variações para aplicação nos leiautes das campanhas deverão ser obtidas do Manual de Utilização de Marcas do Banrisul, disponível em CD fornecido pelo Banrisul.

Obs. 2: eventuais slogans e motes publicitários para a produção das peças da campanha deverão ser compostos em fonte Arial.

Obs. 3: havendo necessidade, para a conversão de moedas na simulação do plano de distribuição, deverá ser considerado o dólar americano.

2.11.1 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 2.11 e na alínea 'a' do subitem 2.11.2, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 2.11 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

2.11.2 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 2.11:

- a) estão limitados a 8(oito) peças, sendo no máximo 1(uma) peça de cada tipo a seguir relacionado: anúncio para jornal, spot para rádio, filme para TV, anúncio em *outdoor*, anúncio em revista, cartaz, folder e peça de divulgação na internet;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, leiaute e/ou *story-board* impressos, para qualquer meio de divulgação;
 - b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;
 - b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema;
- c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

2.11.3 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 2.11.2, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças autônomas;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;
- f) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;

g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

2.11.4 Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 2.11, obedecidas às especificações do subitem 2.4.

2.11.5 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, DVD ou Pen Drive, executáveis em computadores pessoais, com o sistema operacional Windows e não devem necessitar de *codecs* especiais de vídeo para sua visualização. Ressalvado que esses materiais não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

2.11.6 Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov. Para os formatos de vídeo se aplicam os mesmos requisitos constantes no item 2.11.5

2.11.7 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, observado o disposto no subitem 2.7.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1 podem ser dobradas.

3 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.1 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços, discriminando-os por área de atuação na agência licitante;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição do Banrisul e empresas controladas, sem ônus adicional, durante a execução dos serviços.

3.2 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.2.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 3.2 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.2.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 3.2 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada -e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

3.2.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

4 REPERTÓRIO

4.1 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.1.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 4.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.1.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

4.1.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

4.1.4 O Repertório será constituído de peças e/ou material elaborados e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

4.1.5 A licitante deverá apresentar 5 peças e/ou material, observando o limite de 2 (duas) peças para cada meio de divulgação.

4.1.6 As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01/01/2010.

4.1.7 As peças eletrônicas e os *spots* e/ou *jingles* deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

4.1.8 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 4.1, em papel A4 ou A3 dobrado, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e ser indicadas suas dimensões originais.

4.1.9 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 4.1.5, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 6.3.1.

4.1.10 Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do

problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

4.1.11 As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Banrisul ou empresas controladas.

5 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

5.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última página, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.1.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 5.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

5.1.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados nos subitens precedentes não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

5.2 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com no máximo 02(duas) páginas em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

5.2.1 Os Relatos de que tratam o subitem 5.2 devem ser de soluções implementadas a partir de 01/01/2010.

5.2.2 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 5.2, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 6.3.1.

5.2.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Banrisul ou empresas controladas.

5.2.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do Relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

5.2.4 É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, a serem incluídas da seguinte forma:

- I - as peças eletrônicas e os *spots* e/ou jingles deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- II - as peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.1, em papel A4 ou A3 dobrado, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e ser indicadas suas dimensões originais. Não entram no cômputo das páginas previstas no item 5.2.
- III - para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

6 JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 9 deste edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

6.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

6.2.1 Plano de Comunicação Publicitária

6.2.1.1 Raciocínio Básico:

- a) grau de entendimento do briefing, demonstrado através da compreensão dos seguintes aspectos:
 - a.1) das funções e do papel do Banrisul nos contextos social, político e econômico;
 - a.2) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Banrisul com seus públicos e com o público objeto da campanha;
 - a.3) das características do Banrisul, das suas atividades e de seus produtos e serviços que sejam significativos para a comunicação publicitária e ao objeto proposto para o plano de comunicação;
 - a.4) sobre a natureza e a extensão do objeto do briefing;
 - a.5) dos desafios, geral e específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Banrisul;
 - a.6) das necessidades de comunicação e das estratégias do Banrisul para enfrentar esses desafios.

6.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do conceito proposto à natureza e à qualificação do Banrisul e a seus desafios, geral e específicos, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito e da estratégia de comunicação publicitária propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Banrisul com seu público alvo, objeto do *briefing*;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios geral e específicos, de comunicação do Banrisul ;
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Banrisul, o mercado no qual se insere, seus desafios, geral e específicos, de comunicação definidos no *briefing*, seus públicos, os resultados e as metas desejadas pela proposta e a verba disponível.

6.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios, geral e específicos, de comunicação do Banrisul;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do Banrisul e à sua inserção nos contextos social, político e

econômico;

- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

6.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público definidos no *briefing*;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Banrisul;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

6.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Banrisul e empresas controladas;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o Banrisul e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Banrisul e empresas controladas, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.2.3 Repertório

- a) a Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento das peças e/ou materiais;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.

6.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

6.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

6.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: **80** (oitenta)

- a1) Raciocínio Básico: **30** (trinta);
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **20** (vinte);
- a3) Ideia Criativa: **25** (vinte e cinco);
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **5** (cinco);

b) Capacidade de Atendimento: **10** (dez);

c) Repertório: **5** (cinco);

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **5** (cinco)

6.3.2 Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 6.3.1, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto e levando em consideração todos os itens previstos neste anexo.

6.3.3 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitados a pontuação máxima de cada quesito e subquesito prevista no item 6.3.1 e o limite máximo definido no item 6.3.

6.3.3.1 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios previstos neste edital, devendo o fato ser registrado nas justificativas descritas no item 9.3, item b, deste edital.

6.3.3.2 Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

6.3.4 Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

6.3.5 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

6.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as três maiores notas.

6.5 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente edital de seus anexos;
- b) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 6.2.1 a 6.2.4;
- c) não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiverem nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- e) obtiverem nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Ideia Criativa;
- f) obtiverem nota inferior a 6 (seis) pontos no subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- g) obtiverem nota inferior a 6 (seis) pontos no subquesito Capacidade de Atendimento.

6.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das três licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 6.2.1.1, 6.2.1.3, 6.2.1.2 e 6.2.1.4;

6.7 Persistindo o empate após adotado o critério anterior, será considerada a nota obtida no quesito Capacidade de Atendimento. Por fim, serão consideradas as notas do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, consecutivamente.

6.8 Se continuar empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 10.3.1, deste edital ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 11.6 deste edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

6.9 Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências, vedado qualquer outro processo.

ANEXO III

PROPOSTA DE PREÇOS – ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 2 e 3, deste anexo, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 2 e 3 deste anexo.

2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do anexo V.

3 A licitante deverá entregar declaração, conforme Anexo IX, na qual:

- a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Banrisul e empresas controladas as vantagens obtidas.
- b) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na cláusula sétima da Minuta de Contrato (anexo X).

4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5 VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

5.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

5.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

5.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o anexo V, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

- a) desconto inferior a 90% (noventa por cento) em relação aos preços previstos na tabela do sindicato das agências de propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o

mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

- c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11, da lei 4.680/65;

5.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

5.4.1 A Comissão de Licitações calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha e Preços Sujeitos à Valoração, sem o símbolo '%'.

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 5.3	$P1 = 0,8 \times \text{desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 5.3	$P2 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 5.3	$P3 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 5.3	$P4 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$

5.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 5.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$. Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, serão consideradas 4 casas decimais.

5.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

5.4.3.1 Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados

prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

- d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

ANEXO IV
MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência 0000469/2015.

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....de de 2015

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO V

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao BANRISUL e empresas controladas, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul: _____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados do BANRISUL e empresas controladas, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação dos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas: _____ % (_____ por cento);

c) honorários, a serem cobrados do BANRISUL e empresa controladas, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias: _____ % (_____ por cento);

d) honorários, a serem cobrados do BANRISUL e empresas controladas, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____ % (_____ por cento).

.....,, de.....de 2015

(Nome da Licitante)

Representante legal

ANEXO VI

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da licitação)

....., inscrito no CNPJ nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº....., **DECLARA**, para fins do disposto no [inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz () .

.....

(Data)

.....

(Representante Legal)

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA

Concorrência 0000469/2015.

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada (licitante), para fins do disposto no item (completar) do edital da Concorrência nº 0000469/2015, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, em ____ de _____ de _____

(Representante Legal da licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)

ANEXO VIII

DECLARAÇÃO DE OCORRÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO.

Ref.:

Para fins de participação na Concorrência nº 0000469/2015, a empresa (NOME COMPLETO DA LICITANTE), CNPJ nº....., sediada em (ENDEREÇO COMPLETO), declara, sob as penas da lei, que, até a presente data, inexistem fato(s) impeditivo(s) para a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, conforme dispõe o § 2º do art. 32 da Lei 8.666/93.

Local e data

Representante Legal (Qualificação e assinatura)

ANEXO IX

DECLARAÇÃO SOBRE REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS E DIREITOS AUTORAIS

Concorrência 0000469/2015.

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal , portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., na qual A licitante declara comprometer-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Banrisul e empresas controladas as vantagens obtidas.

Na reutilização de peças publicitárias e contratação de direitos autorais serão negociadas, sempre, as melhores condições de preços para o Banrisul e empresas controladas, de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na cláusula sétima da Minuta de Contrato (anexo X).

Percentuais máximos a serem pagos pelo Banrisul e empresas controladas na reutilização de peças publicitárias:

- a) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo Banrisul e empresas controladas aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao valor original.
- b) Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo Banrisul e empresas controladas aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos sobre obras consagradas, incorporadas a essas peças, será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao valor original da cessão desses direitos.
- c) Para reutilização de peças por períodos inferiores aos inicialmente pactuados, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

Local e data

Representante Legal (Qualificação e assinatura)

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE Nº 0000469/2015

O CONTRATANTE, (preencher com a qualificação do Banrisul ou empresa controlada)

e

A CONTRATADA, (preencher com a qualificação da empresa contratada vencedora do processo de licitação), por seu representante legal no fim assinado, têm como certo e ajustado o que adiante segue.

O presente contrato tem seu respectivo fundamento e finalidade na consecução do objeto contratado, descrito abaixo, constante do Edital de Licitação nº 0000469/2015, regendo-se pela Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010 e em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei 4680, de 18.06.1965, e da Lei Estadual nº 11.389, de 25 de novembro de 1999 e legislação pertinente, pelos termos da proposta e pelas cláusulas a seguir expressas, definidoras dos direitos, obrigações e responsabilidades das partes.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO -

1.1. O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias e informar o público em geral.

1.2. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados conforme seguem:

I. Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

II. Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

III. Criação de peças de comunicação no ambiente digital incluindo materiais publicitários com ações em redes sociais e mobile;

IV. Produção e Execução técnica das peças e/ou material criados pela CONTRATADA.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "I" do subitem 1.2 terão a finalidade de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.4. É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.2., em especial as atividades de assessoria de imprensa e relações públicas e as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, de acordo com as vedações determinadas pela Lei 12.232/2010.

1.5. Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no item precedente, o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de vinculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo comunicação.

1.6. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2 e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e ou espaço publicitários.

1.7. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação do CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no processo de contratação, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

1.8. Ficam fazendo parte do presente contrato, para todos os fins e efeitos de direito, como se aqui estivessem transcritos, as Planilhas e Anexos integrantes do Edital.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO –

2.1. Devem ser observadas as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao CONTRATANTE:

- I.** Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II.** Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- III.** Apresentar, no mínimo, três cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV.** Exigir dos fornecedores que constem nas cotações os produtos ou serviços que as compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V.** A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- VI.** Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com os serviços/bens a serem fornecidos.

2.2. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

2.3. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993, está dispensado do procedimento previsto no item 2.2 desta cláusula.

2.4. Se não houver possibilidade de obter três cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, ao Gestor deste contrato, que deverá anuir as mesmas.

2.5. As disposições dos itens 2.1 e 2.4 desta cláusula não se aplicam à compra de mídia.

2.6. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

2.7. É vedada a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta.

2.8. Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

2.9. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

2.10. Registrar todas as demandas de serviço do CONTRATANTE à CONTRATADA e enviar relatórios semanais de atendimento (*follow-up*), com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

2.11. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

2.12. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

2.13. O desrespeito ao disposto no item 2.12 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará na possibilidade de aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei nº 8.666/1993, sem prejuízo das demais penalidades previstas neste contrato.

2.14. A CONTRATADA apresentará ao CONTRATANTE relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 (dez) do mês subsequente ao do pagamento.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA COMPROVAÇÃO DOS SERVIÇOS -

4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do item 12.2.2., VIII e IX, da Cláusula Décima Segunda, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar os documentos a seguir enumerados, de acordo com o tipo de mídia contratada.

4.1.1. Para comprovação de veiculações em TV, Rádio e Cinema: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar a identificação da empresa e do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação. Essa declaração, se não contiver todas as informações necessárias à devida comprovação e descrição das veiculações realizadas, poderá ser complementada com documentos usualmente emitidos pelos veículos (mapa ou comprovante de veiculação/inserção/irradiação e similares);

4.1.2. Para comprovação de veiculações em mídia exterior:

I. Mídia *Out Of Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, contendo fotos, período de veiculação, identificação do local e nome da campanha. Esse relatório deverá ser acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual deve constar a identificação da empresa e do responsável que assina a declaração.

II. Mídia Digital *Out Of Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, contendo fotos, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação. Esse relatório deverá ser acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual deve constar a identificação da empresa e do responsável que assina a declaração.

III. Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual deve constar a identificação da empresa e do responsável que assina a declaração.

4.1.3. Para comprovação de veiculações na Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com os *prints* das respectivas telas.

CLÁUSULA QUARTA – DA NATUREZA E DA EXTENSÃO DOS SERVIÇOS -

O trabalho dos empregados, designados pela CONTRATADA, restringe-se aos serviços contratados, sendo vedada a sua utilização em qualquer atividade administrativa de outra espécie que não a pactuada.

CLÁUSULA QUINTA - DO PREÇO -

5.1. Os preços para o presente ajuste, constante da proposta e aceito pela CONTRATADA como justo e suficiente para a total execução do objeto contratado, são os especificados abaixo:

I. Honorários de XX% (XXXXXXXXXX), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

II. Honorários de XX% (XXXXXXXXXX), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

III. Honorários de XX% (XXXXXXXXXX), incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

5.2. A CONTRATADA concederá ao CONTRATANTE desconto de XX% (XXXXXXXXXX) sobre os custos internos dos serviços executados por ela, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul.

5.3. Os honorários previstos nos subitens I a III do item 5.1. desta cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado.

5.4. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

5.5. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

5.6. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

5.7. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

5.8. No preço acordado, estão inclusos todos os tributos ou outros ônus federais, estaduais ou municipais.

5.9. Todas as despesas de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos responsáveis pela realização dos serviços contratados, correrão por conta exclusiva da CONTRATADA.

CLÁUSULA SEXTA - DO DESCONTO DE AGÊNCIA -

6.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Quinta, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

6.2. O desconto de que trata o item 6.1. é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

6.3. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto na cláusula Oitava, do Pagamento, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, sob a forma de desconto, 1/4

(um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

6.4. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

6.5. Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, e repassará ao CONTRATANTE, sob forma de desconto, o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo, no ato de pagamento de cada uma das respectivas faturas.

CLÁUSULA SÉTIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS -

7.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

7.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Quinta e Sexta, do Preço e do Desconto, deste contrato.

7.3. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

7.4. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

7.5. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos itens 7.6 a 7.8.

7.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

7.7. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

7.8. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 7.6 e 7.7, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

7.9. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

7.10. A CONTRATADA se obriga 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) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

7.11. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e similares, que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- I. Que o CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de cinco anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido;
- II. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- III. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA OITAVA - DO PAGAMENTO –

8.1. O pagamento do preço será efetuado em até 30 (trinta) dias após o protocolo de entrega da fatura, ou no próximo dia útil caso recaia em final de semana ou feriado, com o respectivo aceite do Gestor dos Serviços, em moeda corrente nacional, através de crédito em conta corrente, mantida em qualquer das Agências do CONTRATANTE, em nome da CONTRATADA.

8.2. É condição, para pagamento dos valores acordados, a entrega da nota fiscal/fatura devidamente preenchida, na Unidade de Contratação e Pagadoria, situada na Rua Caldas Júnior, nº 120, 11º andar, na cidade de Porto Alegre/RS, com antecedência mínima de 05 (cinco) dias úteis.

8.3. A nota fiscal/fatura deverá vir acompanhada do documento comprobatório de realização dos serviços (Ficha de Atendimento e/ou Ordem de Serviço) visado pelo representante do CONTRATANTE.

8.3.1. A comprovação dos serviços se dará conforme o disposto nos subitens 3.1.1., 3.1.2. e 3.1.3, da cláusula terceira do presente contrato.

8.4. Deverão constar, obrigatoriamente, no corpo da nota fiscal/fatura/duplicata, as seguintes informações:

- I. tipo de serviço;
- II. nº do Contrato;
- III. nº do CNPJ do CONTRATANTE;
- IV. nº da Inscrição Estadual do CONTRATANTE;
- V. data do vencimento;
- VI. competência (mês e ano da efetivação dos serviços);
- VII. descrição dos materiais e/ou mão-de-obra fornecidos.

8.5. É condição, para pagamento da nota fiscal/fatura/duplicata, a apresentação dos seguintes documentos devidamente quitados, já exigíveis, pertinentes ao contrato respeitadas as respectivas periodicidades, em original, cópia autenticada em cartório ou por servidor, dentro do prazo de validade:

- I. Certidão que prove a regularidade com o FGTS;
- II. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- III. Certidões Negativas de Tributos Federais, Estaduais e Municipais.

8.5.1. As Certidões Negativas de Tributos Estaduais e Municipais deverão ser da localidade da CONTRATADA.

8.5.2. As certidões entregues serão validadas mensalmente pelo CONTRATANTE nos respectivos endereços eletrônicos dos Órgãos responsáveis. Em caso desta validação resultar de forma negativa, o pagamento da nota fiscal/fatura/duplicata ficará condicionado à regularização da situação por parte da CONTRATADA, correndo recontagem dos vencimentos dispostos neste contrato, sem qualquer tipo de ônus financeiro para o CONTRATANTE.

8.6. A nota fiscal deverá ser obrigatoriamente da CONTRATADA e, nos casos em que a emissão for de outro estabelecimento da empresa, o documento deverá vir acompanhado das certidões negativas relativas à regularidade fiscal. Neste caso, o documento também deverá vir acompanhado de autorização para crédito em conta corrente mantida no nome da CONTRATADA.

8.7. A não observância do disposto na presente cláusula quanto ao preenchimento da nota fiscal e apresentação dos documentos exigidos, implicará na devolução do documento e na recontagem do prazo de pagamento, que reiniciará a partir da nova protocolização, sem nenhum tipo de ônus financeiro para o CONTRATANTE.

8.8. A CONTRATADA, caso optante pelo SIMPLES (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições), deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal/fatura, a devida declaração, conforme modelo constante do Anexo IV da IN RFB nº 1.234 de 11 de janeiro de 2012, (original, atualizada e com reconhecimento de firma), a fim de não sofrer retenção de Imposto de Renda e Contribuições Sociais, de acordo com a legislação vigente.

8.9. O CONTRATANTE poderá exigir outros documentos comprobatórios (declarações de isenções tributárias, certidões, obrigações tributárias, etc.), a seu critério, para liberação do pagamento.

CLÁUSULA NONA - DA ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA -

Os valores do presente contrato, não pagos na data do vencimento, deverão ser corrigidos desde então, até a data do efetivo pagamento, pela variação do IGPM ocorrida no período.

CLÁUSULA DÉCIMA - DO REAJUSTE -

Após a periodicidade de 12 (doze) meses, o preço do presente contrato poderá ser reajustado, pela variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M) apurada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), ou outro índice que vier a ser designado em sua substituição.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA VIGÊNCIA -

O prazo de vigência desta contratação é de 12 (doze) meses a contar da data de XX/XX/XXXX, podendo sua duração ser prorrogada nos termos do que dispõe o Art. 57 da Lei 8.666/93 e legislação pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS DIREITOS E DAS OBRIGAÇÕES -

12.1. DOS DIREITOS

12.1.1. Constituem direitos do CONTRATANTE receber o objeto deste contrato nas condições avençadas e da CONTRATADA perceber o valor ajustado na forma e no prazo convencionados.

12.1.2. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

12.1.3. O disposto no subitem 12.1.2. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

12.2. DAS OBRIGAÇÕES

12.2.1. Constituem obrigações do CONTRATANTE:

I. Efetuar o pagamento ajustado;

II. Dar à CONTRATADA as condições necessárias à execução do Contrato, fornecendo todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

III. Manter cadastro de todos os empregados da CONTRATADA que prestarem serviços nas suas dependências com os seguintes dados: nome, número da carteira de identidade e do CPF/MF, endereço e número do telefone;

- IV. Designar formalmente um representante para fiscalizar e acompanhar o cumprimento do presente contrato;
- V. Examinar a documentação exigida na contratação, verificando o integral cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias;
- VI. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;
- VII. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

12.2.2. Constituem obrigações da CONTRATADA:

- I. Prestar o serviço na forma ajustada;
- II. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- III. Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Porto Alegre - RS, onde, para esse fim, manterá escritório, durante todo o período de vigência do presente contrato, e preposto responsável pela comunicação e resolução das demandas contratuais surgidas. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas às condições previamente acordadas.
- IV. Executar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.
- V. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE, mantendo toda a documentação exigida pela legislação vigente junto ao local de execução dos serviços, tais como contrato de trabalho regularizado, termo de registro de emprego (ficha do Ministério do Trabalho), cartão ponto e outros;
- VI. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores e veículos de comunicação, transferindo ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.
- VII. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes na Cláusula Sétima, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.
- VIII. Apresentar ao CONTRATANTE, para aprovação do plano de mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- IX. Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao item VIII, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.
- X. O estudo de que trata o item IX deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à

realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

XI. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

a) Filme/vídeo: arquivos em alta qualidade (HD), nos formatos MPEG, MOV e WMV.

b) Internet e mídia impressa: arquivos em alta resolução e abertos, que possibilitem manipulação, nos formatos PSD, AI, CDR ou EPS, e versão para visualização, nos formatos PDF ou JPEG.

c) Spot e outros materiais para rádio: arquivo MP3.

XII. Manter, durante o período de, no mínimo, cinco anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no item XI.

XIII. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo CONTRATANTE.

XIV. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não observados dolo ou culpa por parte da CONTRATADA ou dos fornecedores.

XV. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, somente mediante sua prévia e expressa autorização.

XVI. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

XVII. Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações sociais e trabalhistas relativamente aos seus empregados, correndo todas as obrigações e ônus de empregador por sua conta e, conseqüentemente, o pagamento das contribuições exigidas pela Previdência Social, seguro contra acidentes do trabalho e demais encargos da legislação vigente;

XVIII. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

XIX. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

XX. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

XXI. Apresentar, durante a execução do contrato, quando solicitado, documentos que comprovem estar cumprindo a legislação em vigor quanto às obrigações assumidas na licitação e, em especial, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, tributários, fiscais e comerciais.

XXII. Zelar pelo cumprimento de todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

XXIII. Responder perante o CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

XXIV. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

XXV. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação, incluída a certificação de qualificação técnica de atendimento de que trata o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

XXVI. Comprovar, mensalmente, o recolhimento atualizado dos encargos sociais e trabalhistas dos empregados, sob pena de suspensão dos pagamentos devidos, sem prejuízo de outras sanções previstas no contrato e na Lei 8.666/93, até que atenda ao solicitado.

XXVII. Disponibilizar e informar ao CONTRATANTE, no ato da assinatura deste instrumento, o seu endereço eletrônico na Internet (e-mail), para o recebimento e envio de mensagens, relatórios gerenciais, planilhas, etc., o qual se estabelecerá como principal canal de comunicação entre as partes, especialmente no trato das demandas diárias.

XXVIII. A Contratada deverá fornecer as informações requeridas pelo Contratante, customizando os relatórios correspondentes de acordo com as especificações fornecidas e de forma adequada aos sistemas e programas de dados utilizados pelo banco.

XXIX. Orientar seus empregados a manter sigilo absoluto quanto às informações contidas nos documentos ou materiais por ele manipulados ou acessados, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE, dedicando especial atenção à sua guarda, arrumação ou descarte, quando for o caso.

XXX. Atender, imediatamente, solicitação de substituição de funcionário cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados, pelo CONTRATANTE, prejudiciais, inadequados, inconvenientes ou insatisfatórios para a prestação dos serviços, sem que lhe assista qualquer direito ou reclamação;

XXXI. Providenciar para que o(s) empregado(s) designados à execução dos serviços contratados se faça(m) acompanhar de carta de apresentação, contendo as principais informações, como nome, endereço, identidade, CPF e ficha de registro;

XXXII. Comunicar imediatamente as substituições de funcionários da CONTRATADA, responsáveis pela prestação dos serviços contratados;

XXXIII. Cumprir e fazer cumprir todas as normas regulamentares sobre Medicina e Segurança do Trabalho;

XXXIV. Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações fiscais decorrentes da execução do presente contrato;

XXXV. Fornecer pessoas especializadas para a execução dos serviços, devidamente identificadas, mantendo toda a documentação exigida pela legislação vigente;

XXXVI. Responder por todo e qualquer dano que causar ao CONTRATANTE ou a terceiros praticado por seus prepostos, empregados ou mandatários, inclusive os de decisões judiciais, assegurando ao CONTRATANTE o direito de regresso, eximindo o Contratante de qualquer solidariedade ou responsabilidade;

XXXVII. Identificar os empregados que executarão tarefas nas dependências do CONTRATANTE, mediante o alcance da relação nominal, qual contenha o(s) número(s) da(s) cédula(s) de identidade, uso de uniforme e crachá;

XXXVIII. Dar imediato conhecimento, ao CONTRATANTE, de autuações ou notificações porventura lavradas pela fiscalização em geral, bem como erros e omissões, relativas aos serviços ou obras sob sua responsabilidade técnica ou fiscalização;

XXXIX. Corrigir gratuitamente os serviços que apresentem incorreção, imperfeição, sem prejuízo das multas contratuais.

XL. A CONTRATADA deverá efetuar os pagamentos a fornecedores e veículos, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

XLI. O material a ser utilizado na distribuição de publicidade só será definido após a aprovação do CONTRATANTE.

XLII. A CONTRATADA, bem como seus profissionais/prepostos, comprometem-se, durante a execução do objeto contratual, a se abster de adotar práticas e de utilizar produtos prejudiciais ao meio ambiente, principalmente no que se refere aos crimes ambientais, obrigando-se incondicionalmente, a cumprir o disposto na legislação relativa à proteção ambiental.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA INDENIZAÇÃO -

Em decorrência das obrigações aqui assumidas, a CONTRATADA assume o compromisso de indenizar o CONTRATANTE por quaisquer importâncias que este seja compelido a desembolsar em favor dos empregados dela, seja a que título for, inclusive em se tratando de reclamatória trabalhista, promovida em função do presente ajuste.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA RESPONSABILIDADE CIVIL -

14.1 A CONTRATADA assume exclusivamente a responsabilidade civil pelos atos praticados por seus empregados, quando na execução dos serviços contratados, e pelo atendimento às normas e regulamentos que disciplinam as atividades em foco.

14.2 A CONTRATADA assume a responsabilidade por eventuais danos causados por seus prepostos e empregados a bens ou pessoas.

14.3 A CONTRATADA responsabiliza-se, perante o CONTRATANTE, pela idoneidade das pessoas designadas aos serviços contratados.

14.4 As partes acordam que ao CONTRATANTE não cabe responsabilidade alguma em caso de ferimentos, seja de que natureza for, incapacidade parcial ou total, temporária, permanente ou morte de qualquer dos empregados da CONTRATADA designados à execução dos serviços contratados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA UTILIZAÇÃO DO CONTRATO COMO GARANTIA -

É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA FISCALIZAÇÃO E DA ACEITAÇÃO -

16.1. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

16.2. A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica apresentada pela CONTRATADA na concorrência que deu origem a este contrato, poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

16.3. O CONTRATANTE não arcará com nenhum tipo de ônus financeiro decorrente dessa rejeição.

16.4. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

16.5. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

16.6. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

16.7. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

16.8. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

16.9. A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

16.10. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

16.11. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

16.12. Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA CONFIDENCIALIDADE –

17.1. As partes assumem obrigações recíprocas de confidencialidade das informações obtidas em virtude do presente instrumento, definindo que:

I. parte Divulgadora é aquela que divulga as informações confidenciais;

II. parte Receptora é a que recebe as informações confidenciais;

III. informações são as comunicações ou dados de quaisquer formas, não limitadas às formas oral, escrita, gráfica ou eletromagnética;

IV. **informações confidenciais** são aquelas que a Parte Divulgadora deseja proteger contra o uso ilimitado, competição, comunicação e/ou divulgação indiscriminadas.

17.2. Não são consideradas informações confidenciais aquelas que:

I. sejam ou se tornem de domínio público independentemente da quebra das obrigações aqui assumidas;

II. estavam legalmente na posse da parte receptora anteriormente à divulgação feita segundo o presente instrumento;

III. legalmente reveladas à outra parte por um terceiro que não tinha restrição à divulgação;

IV. sejam independentemente desenvolvidas pela outra parte sem uso das informações reveladas por intermédio do presente contrato.

17.3. Todas as informações relacionadas ao objeto deste Contrato, inclusive as adicionais fornecidas antes da execução deste instrumento, que foram ou serão transmitidas pela Parte Divulgadora à Parte Receptora, não enquadradas em uma das hipóteses do item acima, deverão ser consideradas e protegidas como confidenciais pela Parte Receptora por prazo indeterminado, inclusive após o término do contrato, ou até ordem expressa em contrário, sob pena de responsabilização por perdas, danos, demais penalidades legais e/ou contratuais.

17.4. Ocorrendo a necessidade de reparação de danos, o valor indenizável será calculado pelos prejuízos apurados e os decorrentes, tendo como valor mínimo o do contrato.

17.5. Todas as informações confidenciais de posse da Parte Receptora deverão ser devolvidas à Parte Divulgadora ou destruídas, segundo critérios e instruções da Parte Divulgadora.

17.6. A Parte Receptora concorda que:

I. as informações confidenciais obtidas devem ser usadas somente para o propósito que motivou a divulgação;

II. as informações confidenciais permanecem, em qualquer instância, de propriedade da Parte Divulgadora;

III. salvo determinação judicial, não poderá usar, distribuir, divulgar ou disseminar as informações confidenciais a qualquer pessoa, exceto a seus empregados, aos de sua controladora,

subsidiárias controladas ou afiliadas, que estejam envolvidos no propósito para o qual foram divulgadas;

IV. em dar conhecimento a todos os seus empregados, aos de sua controladora, subsidiárias controladas ou afiliadas, que tiverem acesso às informações confidenciais, de suas obrigações de acordo com o que rege este instrumento.

17.7. O contido no presente contrato não confere direitos de garantia ou de licença de uso das informações confidenciais divulgadas à parte Receptora.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA GARANTIA -

18.1. A CONTRATADA dá e se obriga a manter, durante toda a vigência do contrato, garantia por uma das modalidades previstas no artigo 56, parágrafo 1º, da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, no valor equivalente a 0,5% (zero vírgula cinco por cento) do preço do orçamento previsto no item 19.1 do edital, devendo apresentar o respectivo comprovante em até 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do CONTRATANTE, contados da data de início da vigência deste contrato, sob pena de rescisão contratual e sanções administrativas cabíveis.

18.2. NO CASO DE CAUÇÃO EM DINHEIRO:

I. O valor depositado em caução será administrado pelo CONTRATANTE e devolvido à CONTRATADA, até 03 (três) meses decorridos do término do contrato ou da sua rescisão, desde que adimplidas todas as obrigações contratuais, trabalhistas, previdenciárias e fiscais;

II. O CONTRATANTE utilizará, a qualquer tempo, no todo ou em parte, o valor da garantia para cobrir os prejuízos eventualmente apurados, decorrentes do descumprimento de qualquer obrigação contratual ou falha dos serviços contratados, inclusive os motivados por greves ou atos dos empregados da CONTRATADA;

III. Utilizada a garantia, a CONTRATADA fica obrigada a reintegrá-la no prazo de 10 (dez) dias úteis contados da data que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE, sob pena de rescisão contratual;

IV. O valor atualizado da garantia será devolvido à CONTRATADA, desde que a CONTRATADA não possua dívida com o CONTRATANTE e mediante expressa autorização deste.

18.3. NO CASO DE SEGURO GARANTIA:

I. O CONTRATANTE deverá ser indicado como beneficiário do seguro garantia;

II. A CONTRATADA obriga-se a apresentar a nova apólice em até 10 (dez) dias úteis após o vencimento da anterior e a comprovar o pagamento do prêmio respectivo em até dois dias úteis após o seu vencimento;

III. O descumprimento das obrigações previstas nos itens I e II, acima, constitui motivo para rescisão contratual;

IV. O prazo de cobertura da apólice deverá abranger o período do contrato, acrescido de 03 (três) meses;

18.4. NO CASO DE FIANÇA BANCÁRIA, deverá constar, no instrumento de fiança bancária:

I. Prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 03 (três) meses;

II. Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal pagador, fará o pagamento, ao CONTRATANTE, dos prejuízos por este sofridos em razão do descumprimento das obrigações da CONTRATADA, independentemente de interpelação judicial;

III. Expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827, 835 e 838 do Código Civil Brasileiro;

IV. Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.

18.5. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

I. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto contratado e do inadimplemento das demais obrigações nele previstas;

II. Prejuízos causados ao CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;

III. Multas moratórias e punitivas aplicadas pelo CONTRATANTE à CONTRATADA;

IV. Obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

18.6. A perda da garantia em favor do CONTRATANTE, por inadimplemento das obrigações contratuais, far-se-á de pleno direito, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, sem prejuízo das demais sanções previstas no contrato.

18.7. O garantidor não é parte interessada para figurar em processo administrativo instaurado pelo CONTRATANTE com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções À CONTRATADA.

18.8. A garantia será considerada extinta com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia.

18.9. A garantia prevista nesta cláusula, somente será liberada ante a comprovação de que a CONTRATADA pagou todas as verbas rescisórias trabalhistas decorrentes da contratação, ou ainda, de que os empregados serão realocados em outra atividade de prestação de serviços, sem que ocorra a interrupção do contrato. Caso tais comprovações não sejam apresentadas até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência contratual, a garantia será utilizada para o pagamento dessas verbas trabalhistas diretamente pelo CONTRATANTE.

18.10. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para apresentação da garantia, autoriza o CONTRATANTE a rescindir o presente contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA CESSÃO DO CONTRATO -

É proibida a cessão, subcontratação ou transferência, total ou parcial, do presente contrato, sob pena de rescisão.

CLAUSULA VIGÉSIMA – DA UTILIZAÇÃO DO NOME OU MARCAS DO CONTRATANTE -

A CONTRATADA não poderá utilizar o nome ou marcas do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA em quaisquer atividades de divulgação profissional como, por exemplo, em cartões de visita, anúncios diversos, impressos, etc., nem tampouco pronunciar-se em nome do CONTRATANTE à imprensa em geral sobre quaisquer assuntos relativos à atividade deste, bem como sua atividade profissional, sob pena de rescisão contratual, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DAS PENALIDADES E MULTAS -

21.1. A CONTRATADA sujeita-se às seguintes sanções pelo não cumprimento de quaisquer das obrigações do presente contrato, sem prejuízo de sua responsabilidade civil e da rescisão do mesmo, se for o caso:

21.1.1. Advertência, por escrito, sempre que ocorrerem pequenas irregularidades, para as quais haja concorrido.

21.1.2. Multa(s):

I - Multa de 20% (vinte *por cento*) sobre o valor do último faturamento, no caso de descumprimento de cláusula contratual ou norma de legislação pertinente;

II - Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor dos últimos três faturamentos, no caso de execução imperfeita ou em desacordo com as especificações e/ou negligência na execução dos serviços contratados, ou ainda quando ocorrer reincidência no cometimento de falta pela qual já houver sido a CONTRATADA advertida ou multada;

III - Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor total atualizado do contrato, no caso de descumprimento contratual total;

21.1.3. Suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração Pública, pelo prazo de até dois anos, sem prejuízo do CONTRATANTE considerar rescindido este vínculo obrigacional e/ou adotar as demais medidas legais e judiciais cabíveis, quando ocorrer:

I. apresentação de documentos falsos ou falsificados;

- II. reincidência de execução insatisfatória dos serviços contratados, acarretando prejuízos ao CONTRATANTE;
- III. atraso injustificado na execução dos serviços, contrariando o disposto neste contrato;
- IV. reincidência na aplicação das penalidades de advertência ou multa;
- V. irregularidades que ensejam a rescisão contratual;
- VI. ação no intuito de tumultuar a execução do contrato;
- VII. práticas de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a administração pública;
- VIII. condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos.

21.1.4. Declaração de inidoneidade para contratar com a Administração Pública Estadual no caso de falta grave, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que poderá ser proposta ao competente Órgão do Governo, quando constatada a má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo à Administração Pública, evidência de atuação com interesses escusos ou reincidência de faltas que acarretem prejuízos ao CONTRATANTE ou aplicações sucessivas de outras penalidades.

21.2. As multas mencionadas no item 21.1.2. são, individualmente, limitadas a 30% (trinta por cento) do valor da base de cálculo de sua incidência, por ocorrência, sem prejuízo da cumulação de multas, limitadas a 30% (trinta por cento) do valor total do contrato.

21.3. A(s) multa(s) aplicadas(s) à CONTRATADA e os prejuízos por ela causados ao CONTRATANTE serão deduzidos de qualquer crédito devido à CONTRATADA ou serão cobrados judicialmente.

21.4. A(s) penalidade(s) de multa(s) não terá(ão) caráter compensatório, podendo ser aplicada cumulativamente com as demais sanções e a sua cobrança não tem intuito indenizatório, não isentando a CONTRATADA da obrigação de indenizar eventuais perdas e danos.

21.5. A CONTRATADA desde já autoriza o CONTRATANTE a descontar dos valores por ele devidos o montante da(s) multa(s) a ela aplicadas.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DA RESCISÃO -

O presente contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas nos Artigos 77 a 80, da Lei Federal 8.666/93.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA – DA EFICÁCIA -

O presente contrato tem sua eficácia condicionada à publicação da respectiva súmula no Diário Oficial do Estado, conforme estabelecido em Lei.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: DOS VALORES ORÇADOS

24.1. O valor do presente contrato durante a vigência inicial de 12 (doze) meses é de R\$ (valor estimado, conforme o item 19.1 do Edital), considerando a soma das despesas com os 3 (três) contratos resultantes desta concorrência e destina-se à execução dos contratos formalizados com agências de publicidade contratadas como resultado da Concorrência 0000469/2015 para a prestação dos serviços constantes na cláusula primeira.

24.1.1. As despesas para execução dos serviços descritos na cláusula primeira serão atendidas pelos recursos fixados no caput desta cláusula.

24.1.2. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor estimado no caput desta cláusula.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA – DAS CONDIÇÕES GERAIS -

25.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

25.2. Qualquer modificação na rotina dos serviços deverá ser comunicada com antecedência mínima de setenta e duas horas e a expressa anuência da outra parte.

25.3. Qualquer tolerância ou concessão do CONTRATANTE ou da CONTRATADA, não constituem novações ou precedentes invocáveis por qualquer das partes.

25.4. Os casos fortuitos ou de força maior, previstos no artigo 393, parágrafo único, do Código Civil Brasileiro não constituem inadimplência.

25.5. Nos casos em que a CONTRATADA não comprovar o pagamento dos direitos trabalhistas e previdenciários dos empregados envolvidos na prestação dos serviços, o CONTRATANTE poderá utilizar os valores das faturas ou ainda da garantia apresentada pela CONTRATADA para realizar o pagamento diretamente aos trabalhadores.

25.6. As Partes declaram, sob as penas da Lei, que os signatários do presente instrumento são seus bastantes representantes/procuradores legais, devidamente constituídos na forma dos respectivos Estatutos/Contratos Sociais, com deveres para assumir as obrigações ora pactuadas.

25.7. As Partes reconhecem que o presente instrumento foi elaborado dentro dos mais rígidos princípios da boa-fé e da probidade, sendo fruto do mútuo consentimento expresso em cláusulas que atendem plenamente os seus recíprocos interesses comerciais. Declaram, outrossim, que leram e compreenderam integralmente o conteúdo avençado, tendo sido exercida em toda sua plenitude a autonomia da vontade das partes, reconhecendo que o presente ajuste é equânime e livre de ambiguidades e contradições.

25.8. Fica, desde já, convencionado, que caso haja alguma divergência entre as cláusulas do presente Contrato e as condições estabelecidas nos Anexos que o integram, serão consideradas como preponderantes as condições e disposições constantes neste Contrato. Em caso de dúvidas e divergências entre os Anexos, prevalecerá sempre o mais recente.

25.9. As cláusulas e condições pactuadas neste contrato poderão ser alteradas a qualquer tempo, mediante assinatura de termo aditivo assinado pelos representantes autorizados das partes, respeitados os termos deste contrato.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA - DO FORO DE ELEIÇÃO -

As partes elegem o foro da Comarca de Porto Alegre, RS, para dirimir as questões relativas a este contrato.

E, por estarem justos e contratados, firmam o presente em duas vias de igual teor e forma, para um só efeito, perante as testemunhas infra-assinadas.

Porto Alegre, de de .

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS

Nome:

Nome:

CPF:

CPF: