

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A
EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 0000572/2019

O **BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A**, doravante denominado **Banrisul** torna público que até às 09 horas e 30 minutos do dia 05 de dezembro de 2019, impreterivelmente, serão recebidos os documentos para abertura da **Licitação nº0000572/2019**, do **Tipo Melhor Técnica**, pelo modo de disputa **fechado**, lote único, regida pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, Lei Federal nº 13.303 de 30 de junho de 2016 e legislação pertinente, sujeitando-se às disposições da Lei Estadual nº 11.389 de 25 de novembro de 1999, Lei Estadual nº15.228, de 25 de setembro de 2018 e no Regulamento de Licitações e Contratos do Banrisul, disponível no endereço eletrônico www.banrisul.com.br, na UNIDADE DE LICITAÇÕES E COMPRAS, situada na Rua Sete de Setembro, nº745, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, CEP 90.010-190, telefone (51) 3215-4510, para execução dos serviços indicados neste edital e seus anexos para si e suas controladas mediante as seguintes condições:

I. DO OBJETO

- 1.1.** O presente procedimento licitatório tem por objeto a prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e suas controladas, de acordo com as especificações contidas nos anexos, partes integrantes do presente edital.
- 1.1.1.** O presente certame visa a contratação de até 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.
- 1.1.2.** Empresas controladas pelo Banrisul:
- I. Banrisul Armazéns Gerais S.A.
 - II. Banrisul Cartões S.A.
 - III. Banrisul S.A. Administradora de Consórcios;
 - IV. Banrisul S.A. Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio.
- 1.1.3.** Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
- I. 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;

II. 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. Os serviços especializados referidos nesta alínea compreendem:

a. as tecnologias de monitoramento, análise e otimização das ações de comunicação;

b. mídia programática, abrangendo adserver, DMP – Data Management Platform, DSP – Demand Side Platform, entre outros serviços, sistemas e tecnologias;

c. qualquer outra forma inovadora de expansão dos efeitos das ações de comunicação publicitária que venha a surgir, que se enquadre nestas características e que seja reconhecida pelo Banco.

III. à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

1.1.3.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no parágrafo 'I' do subitem 1.1.3 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.

1.1.3.2. É vedado incluir outros serviços não previstos no item 1.1, 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.

1.1.3.3. Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no parágrafo acima, 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 de comunicação.

1.2. Os serviços objeto deste edital 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.

1.3. 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 1.1.3 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.

II. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 2.1. Somente poderão participar desta licitação as licitantes que satisfaçam as exigências deste edital, da Lei 13.303/2016 e do Regulamento de Licitações e Contratos do Banrisul.
- 2.2. Os serviços serão solicitados às agências de propaganda 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, relativamente ao grupo Banrisul, durante a vigência inicial de 12 (doze) meses.
- 2.3. As agências de propaganda não poderão subcontratar outras agências de propaganda para a execução dos serviços que integram o objeto deste processo licitatório.
- 2.4. A participação de agências de propaganda que prestem serviços similares aos do objeto desta licitação a concorrentes mercadológicos do Banrisul e suas empresas controladas está condicionada à desistência da prestação daqueles serviços, antes da eventual assinatura dos contratos oriundos desta licitação.
- 2.5. 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.
- 2.6. As agências de propaganda contratadas deverão possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, *setup*, monitoramento e de avaliação da performance *online* das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho. A equipe deve contar com funcionários de criação e atendimento voltados especificamente para o meio digital/*online*, além de qualificados em tecnologias de marketing digital e análise de dados, com as seguintes competências:
 - I. Definir estratégias para constante otimização de mídia;
 - II. Construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;
 - III. Conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;
 - IV. Conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis;

V. Implementar “setup” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;

VI. Elaborar relatórios com análises quantitativas e qualitativas para direcionar o planejamento de novas ações e tomadas de decisão que possuam insights, análises profundas e recomendações;

VII. Conhecimento e prática em mídia programática;

VIII. CRO (Conversion Rate Optimization), Web Analytics, UX (User Experience), Desenvolvedor Web, SEO (Search Engine Optimization) e ASO (App Store Optimization).

- 2.7. 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 1.1.3.
- 2.8. 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.
- 2.9. As agências deverão, ainda, manter acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, conforme dispõe o art. 17, da Lei 12.232/2010.
- 2.10. Enquanto perdurarem os motivos determinantes de punições ou até que seja promovida a reabilitação, não poderão participar da presente licitação as empresas ou profissionais que tenham sofrido penalidades resultantes de contratos firmados anteriormente com o Banco, na condição de prestadores de serviços, fornecedores, empreiteiros ou construtores, tais como suspensão, declaração de inidoneidade, bem como aqueles impedidos de operar com o Banco por determinação do Banco Central do Brasil.
- 2.11. A inversão dos documentos no interior dos envelopes de Proposta Técnica, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação, acarretará a exclusão do licitante do certame.
- 2.12. Nenhuma licitante poderá participar deste certame com mais de uma proposta.
- 2.13. A participação no presente certame implica, tacitamente, para a licitante: confirmação de que recebeu do Banrisul o invólucro padronizado previsto na **seção IV** e as informações necessárias ao cumprimento deste processo licitatório; 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.

- 2.14.** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos neste certame, 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.

III. DOS IMPEDIMENTOS À PARTICIPAÇÃO

- 3.1.** Não será permitida a participação de empresas em consórcio.
- 3.2.** Não poderão participar desta Licitação empresas que se encontrem em processo de falência, de recuperação judicial ou extrajudicial, dissolução ou liquidação.
- 3.3.** Estará impedida de participar da presente licitação, em qualquer fase do processo, e de ser contratada, a empresa que se enquadre em uma das hipóteses abaixo:
- I.** Cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja diretor ou empregado do Banrisul ou uma de suas Controladas;
 - II.** Que esteja cumprindo penalidade de suspensão aplicada pelo Banrisul ou uma de suas Controladas;
 - III.** Que tenha sido declarado inidônea pelo Banrisul e ou por órgãos da administração pública direta e/ou indireta do Estado do Rio Grande do Sul, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;
 - IV.** Que seja constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Banrisul ou uma de suas Controladas ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Rio Grande do Sul;
 - V.** Cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Banrisul ou uma de suas Controladas ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Rio Grande do Sul;
 - VI.** Constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Banrisul ou uma de suas Controladas ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Rio Grande do Sul, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
 - VII.** Cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Banrisul ou uma de suas Controladas ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Rio Grande do Sul, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;

VIII. Que tiver, nos seus quadros de diretoria, pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea.

3.4. A vedação prevista no item 3.2 deste edital também se aplica para as seguintes situações:

I. À contratação de empregado ou dirigente do Banrisul ou de uma de suas Controladas, como pessoa física, bem como à participação dele em procedimentos licitatórios, na condição de licitante;

II. A quem tenha relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com:

a) Dirigente do Banrisul ou de uma de suas Controladas;

b) Empregado do Banrisul ou de uma de suas Controladas cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação;

c) Autoridade do ente público a que o Banrisul ou uma de suas Controladas está vinculado.

III. Empresa cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com o Banrisul ou uma de suas Controladas há menos de 6 (seis) meses.

IV. RETIRADA DO EDITAL, DO INVÓLUCRO E DO MANUAL DE UTILIZAÇÃO DE MARCAS

4.1. O edital do processo licitatório nº 0000572/2019 estará disponível no site www.banrisul.com.br e poderá ser retirado na recepção da Unidade de Licitações e Compras, localizada na Rua Sete de Setembro, nº745, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, CEP 90.010-190, de segunda-feira à sexta-feira, das 10h às 16h, exceto feriados, mediante identificação legal do representante da agência publicitária.

4.2. 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 publicitária, por representante devidamente identificado.

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

4.4. 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, no mesmo endereço e horário indicados no item 4.1, mediante identificação legal do representante da agência.

V. DA REPRESENTAÇÃO E CREDENCIAMENTO

- 5.1.** No dia e hora designados para a abertura da sessão pública, as licitantes que desejarem exercer seu direito de manifestação durante as fases do procedimento licitatório deverão efetuar credenciamento junto à Comissão de Licitações, nos termos a seguir:
- 5.1.1. 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 de uma mesma pessoa para mais de uma empresa.
- 5.1.2. O credenciamento far-se-á mediante apresentação dos seguintes documentos:
- a) Documento oficial de identificação do representante legal;
 - b) 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 formular ofertas e lances de preço e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, em nome da proponente.
 - c) 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.
- 5.1.3. 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.
- 5.1.4. 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.
- 5.1.5. 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.

- 5.1.6. 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.

VI. ESCLARECIMENTOS AO EDITAL

- 6.1. As consultas interpretativas deste edital deverão ser formuladas por escrito até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura das propostas.
- 6.2. As consultas deverão ser protocoladas na recepção da Unidade de Licitações e Compras, localizada na Rua Sete de Setembro, nº745, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, CEP 90.010-190, das 10h às 16h, de segunda-feira à sexta-feira, exceto feriados, 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.
- 6.3. 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.

VII. PROPOSTAS

- 7.1. 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.
- 7.2. A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços conforme descrito no anexo III do presente edital.

VIII. ENTREGA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

- 8.1. As licitantes entregarão à Comissão de Licitações, na sessão de abertura, os invólucros contendo a documentação necessária às Propostas Técnica e de Preços, Rua Sete de Setembro, nº745, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, CEP 90.010-190, devendo trazer em seus subscritos as referências indicadas a seguir:
- 8.1.1. INVÓLUCRO Nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA
- 8.1.1.1. No invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada.

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

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

8.1.1.4. 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.

8.1.2. INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA

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

8.1.2.2. 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 (razão social) e CNPJ da licitante

Processo Licitatório nº 0000572/2019 – Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

8.1.2.3. 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.

8.1.3. INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA

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

8.1.3.2. 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 (razão social) e CNPJ da licitante

Processo Licitatório nº 0000572/2019 – Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

8.1.3.3. 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.

8.1.3.4. 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.

8.1.4. INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

8.1.4.1. 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 (razão social) e CNPJ da licitante

Processo Licitatório nº 0000572/2019 – Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

8.1.4.2. 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.

8.1.5. INVÓLUCRO Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

8.1.5.1. 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.

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

Invólucro nº 5 – Documento de Habilitação

Nome empresarial (razão social) e CNPJ da licitante

Processo Licitatório nº 0000572/2019 – Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.

- 8.1.5.3. 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.
- 8.1.5.4. 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.

IX. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 9.1.** Para habilitação, 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:
- 9.1.1. Jurídica:**
- 9.1.1.1. Registro Comercial, no caso de empresa individual;
- 9.1.1.2. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrados na Junta Comercial em se tratando de Sociedade Empresária e/ou no caso de sociedade por ações, acompanhados de documentos de eleição de seus administradores, e no Cartório de Registro de Títulos Especiais em se tratando de Sociedade Simples;
- 9.1.1.3. Decreto de autorização, devidamente arquivado na Junta Comercial, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País;
- 9.1.1.4. 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.
- 9.1.2. Fiscal:**
- 9.1.2.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- 9.1.2.2. Prova de regularidade com a Fazenda Federal e obrigações sociais, 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 a abertura desta licitação, para aquelas certidões que não contiverem prazo no seu corpo;

9.1.2.3. Prova de regularidade de situação com o FGTS;

9.1.3. **Qualificação Técnica.**

9.1.3.1. Atestado emitido por empresa de direito público ou privado, que comprove aptidão para prestação dos serviços objeto da presente licitação.

9.1.3.2. Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

9.1.4. **Qualificação Econômico-Financeira.**

9.1.4.1. Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor judicial da sede da pessoa jurídica, emitida há menos de 60 (sessenta) dias da data fixada para abertura da licitação.

9.1.4.2. Apresentação do 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 na(s) qual(ais) o mesmo se encontra transcrito, e data de autenticação do Livro.

9.1.4.3. O Licitante deverá preencher os modelos ACF - Análise Contábil da Capacidade Financeira de Licitante, conforme exigência do Decreto Estadual nº. 36.601, de 10/04/96. 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.

9.1.4.4. O licitante que apresentar o Certificado emitido pela Contadoria e Auditoria Geral do Estado - CAGE, fica dispensado de apresentar o modelo ACF – Análise Contábil da Capacidade Financeira do 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 nos subitens 9.1.4.2 e 9.1.4.3 deste edital.

9.1.4.5. As licitantes que utilizam as Escriturações Contábeis via SPED deverão apresentar: Cópia do Recibo de entrega do Arquivo SPED à Receita Federal do Brasil, Cópia do Termo de Abertura e Encerramento do Livro Digital, Cópia da Situação de Arquivo da Escrituração Contábil ou do Requerimento de Entrega SPED e Cópias do relatório do SPED onde constem o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício.

9.1.5. **Declarações.**

- 9.1.5.1. Declaração assinada por quem de direito, por parte do licitante, de vinculação ao instrumento convocatório e de cumprimento da exigência de que trata o Inciso XXXIII do art. 7 da Constituição Federal, nos termos do **anexo XI** deste Edital.
- 9.1.5.2. Declaração sobre Reutilização de Peças Publicitárias e Direitos Autorais, **anexo IX**.
- 9.2.** O 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.
- 9.2.1. O licitante que fizer uso do Certificado de Fornecedor do Estado ou outro Certificado de Registro Cadastral, conforme disposto neste item, ficará obrigado a apresentar: **“Declaração, sob as penalidades legais, firmada pelo representante legal da licitante, de inexistência de fato impeditivo de habilitação ocorrido supervenientemente à sua inscrição no cadastro apresentado, ou à última atualização da sua documentação junto a tal cadastro, obrigando-se a declarar qualquer ocorrência”**.
- 9.3.** Os documentos referidos nos itens 9.1, 9.2 e 9.2.1 deverão ser apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente. Poderão ser apresentados documentos extraídos da Internet, cuja aceitação fica condicionada à verificação de sua autenticidade através do acesso ao site do órgão que os expediu.
- 9.3.1. Os documentos solicitados neste edital deverão estar em plena vigência na data da abertura desta licitação. No caso de documentos que não tenham sua validade expressa e/ou legal, ou não tenha sido exigido prazo mínimo de emissão, serão considerados válidos pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão.

X. COMISSÃO DE LICITAÇÕES E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 10.1.** Este processo licitatório será processado e julgado pela Comissão de Licitações, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitos pela Subcomissão Técnica.
- 10.2.** 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.

10.3. Caberá à Subcomissão Técnica:

- 10.3.1. 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;
- 10.3.2. 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;
- 10.3.3. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos das licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações

XI. VALIDADE DA PROPOSTA

- 11.1.** As propostas apresentadas neste certame terão o **prazo de validade mínima de 120 (cento e vinte) dias** a contar da data marcada para sua abertura.
- 11.2.** O prazo de validade das propostas, se necessário, poderá ser prorrogado mediante concordância das licitantes.

XII. ABERTURA DOS INVÓLUCROS

- 12.1.** 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.
- 12.2.** PRIMEIRA SESSÃO:
- 12.2.1. 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.
- 12.2.2. 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 do 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 do licitante antes da abertura do invólucro nº 2.

12.2.2.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 12.2.2, a Comissão de Licitações não receberá o invólucro nº1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros do mesmo licitante.

12.2.2.2. Ocorrida alguma das hipóteses previstas no item 12.2.2, ou mais de uma delas, a empresa licitante estará eliminada do processo licitatório.

12.2.3. 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 13.6 deste edital.

12.2.3.1. A Comissão de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 12.2.3, 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.

12.2.3.2. 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 o licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.4. 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.

- 12.2.5. 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.
- 12.2.6. 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 12.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado na forma do subitem 13.6, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.
- 12.2.7. 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.
- 12.2.8. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 12.2.7 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada sub quesito 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.

12.3. SEGUNDA SESSÃO:

12.3.1. 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 13.6 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 13.6 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, na forma do art. 59 da Lei 13.303/2016.

12.3.2. 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.

12.4. TERCEIRA SESSÃO

12.4.1. 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 13.6 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 nº13.303/2016, 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 13.6 deste edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, na forma do art. 59 da Lei 13.303/2016.

12.5. QUARTA SESSÃO

12.5.1. 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 13.6 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 13.6 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. 59 da Lei 13.303/2016; e3) que será publicado na forma do subitem 13.6 deste edital o nome das três licitantes vencedoras desta licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

XIII. JULGAMENTO

- 13.1.** 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.
- 13.2.** 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.
- 13.3.** 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.
- 13.4.** As atas serão assinadas pelos membros da Comissão e por todas as licitantes presentes ou seus representantes.
- 13.5.** 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.
- 13.6.** A juízo da Comissão de Licitações, todas as decisões referentes a esta licitação 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.
- 13.7.** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4, deste edital.
- 13.8.** 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.
- 13.9.** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
- 13.10.** 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.
- 13.11.** Antes do aviso oficial do resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 13.12.** 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.
- 13.13.** 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 deste certame – 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.
- 13.14.** Uma vez abertas as Propostas Técnicas, não serão admitidos cancelamentos, retificações ou alterações nas condições estabelecidas.

XIV. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

- 14.1.** Esta licitação é do tipo melhor técnica e será julgada conforme previsto nos anexos II e III deste edital, em consonância com a Lei 13.303/2016.
- 14.2.** 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.

- 14.3.** 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.
- 14.4.** As agências convocadas na forma do item 14.3 que não concordarem com o preço da 1ª classificada na Proposta de Preços perderão o direito de contratar os serviços com o Banrisul e controladas, não lhes cabendo nenhum tipo de indenização.
- 14.5.** 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.
- 14.6.** 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.

XV. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

- 15.1.** 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.

XVI. IMPUGNAÇÃO E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 16.1.** Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o ato convocatório do processo licitatório na forma do Art. 87, § 1 da Lei 13303/16.
- 16.2.** As impugnações deverão ser protocoladas na recepção da Unidade de Licitações e Compras conforme endereço indicado no preâmbulo deste edital em dias úteis, no horário compreendido no horário compreendido entre 10h e 16h, ou encaminhadas para o endereço eletrônico banrisul_licitacoes@banrisul.com.br
- 16.3.** Das decisões proferidas pela Comissão de Licitações caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, na forma do art. 59 da Lei13.303/2016, para a autoridade que designar a licitação, interposto por escrito e entregue, mediante protocolo, na recepção da Unidade de Licitações e Compras, ou encaminhadas para o endereço eletrônico banrisul_licitacoes@banrisul.com.br, impreterivelmente no horário compreendido entre 10h e 16h.

- 16.4.** Interposto o recurso nos termos do item 16.3 deste edital, dele se dará ciência formalmente às demais licitantes, que poderão interpor contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis.
- 16.5.** É assegurada às licitantes vista aos autos do processo, resguardado os documentos considerados sigilosos.
- 16.6.** A Comissão de Licitações poderá reconsiderar sua decisão, ou, no caso de mantê-la, deverá encaminhar o recurso à Autoridade Superior para decisão.
- 16.6.1.** A decisão da Autoridade Superior tem caráter final, não cabendo qualquer outro recurso.
- 16.7.** O acolhimento de recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

XVII. FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 17.1.** 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** anexa ao presente edital.
- 17.2.** As licitantes homologadas vencedoras da presente licitação terão o prazo de 10 (dez) 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.
- 17.3.** Caso não seja respeitado o prazo determinado no subitem 17.2, o Banco poderá cancelar a homologação e aplicar as penalidades previstas na forma da Lei 13.303/16, reservando-se ao Banco o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar as licitantes remanescentes, respeitada a ordem de classificação, prevalecendo, neste caso, as mesmas condições da proposta do primeiro classificado, inclusive quanto ao preço.
- 17.4.** As licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 17.3 que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades mencionadas no referido item.
- 17.5.** 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.

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

XVIII. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

- 18.1. As condições contratuais constam da **minuta de contato** anexa ao presente edital.

XIX. PRAZO DE VIGÊNCIA

- 19.1. O contrato terá duração de 12 (doze) meses, podendo sua duração ser prorrogada nos termos do que dispõe o artigo 71 da Lei 13.303/2016 e legislação pertinente

XX. ORÇAMENTO

- 20.1. O orçamento estimado para investimentos em publicidade no exercício de 2020, para o Banrisul e empresas controladas, é de aproximadamente R\$75.381.931 (setenta e cinco milhões, trezentos e oitenta e um mil e novecentos e trinta e um reais) e corresponde à expectativa de despesas com os contratos resultantes do processo licitatório ora proposto, nos primeiros 12 (doze) meses de suas vigências, conforme segue:

Empresa	Orçamento Previsto
Banco do Estado do Rio Grande do Sul	R\$ 56.121.913,00
Banrisul Armazéns Gerais S/A	R\$ 140.000,00
Banrisul Cartões S/A	R\$ 17.720.000,00
Banrisul S/A Administradora de Consórcios	R\$ 1.150.000,00
Banrisul S/A Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio	R\$ 250.018,00
Total Valor Estimado	R\$ 75.381.931,00

XXI. DA GARANTIA DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

- 21.1. O contratado deverá apresentar garantia por uma das modalidades previstas no art. 70, § 1º, da Lei Federal 13.303/2016, conforme **cláusula décima sétima da minuta de contrato** anexa ao presente edital.

XXII. PENALIDADES

- 22.1. A contratada sujeita-se às penalidades e multas previstas na **cláusula vigésima primeira da minuta de contrato** anexa ao presente edital,

garantida a defesa prévia, nos termos da Lei 13.303/2016.

XXIII. RESCISÃO

- 23.1.** O contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas na **cláusula vigésima segunda da minuta de contrato** anexa ao presente edital.

XXIV. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 24.1.** Pedidos de Impugnação e solicitações de esclarecimentos referentes ao Edital do presente certame deverão ser formuladas por escrito e entregues, mediante protocolo, na Unidade de Licitações e Compras, conforme endereço indicado no preâmbulo do presente edital, ou encaminhadas para o endereço eletrônico banrisul_licitacoes@banrisul.com.br, nos prazos a seguir:
- 24.1.1.** Em até 05 (cinco) dias antes da data fixada para recebimento das propostas, para as consultas interpretativas;
- 24.1.2.** Em até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para recebimento das propostas, caso se tratar de impugnação ao instrumento convocatório.
- 24.2.** Acolhida a petição contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame.
- 24.3.** As impugnações e consultas interpostas fora de prazo serão recebidas como mero exercício do direito de petição.
- 24.4.** 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 no site www.banrisul.com.br (áreas temáticas Licitações e Leilões).
- 24.5.** Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão de Licitações que a eles aplicará as disposições da Lei nº 13.303/2016, do Regulamento de Licitações e Contratos e ainda disposições supletivas, se couber, desde que não venha a conflitar com a referida legislação.
- 24.6.** 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.
- 24.7.** 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 deste certame.
- 24.8.** 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 deste

processo licitatório.

- 24.9.** 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.
- 24.10.** 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 disposições da Lei 13.303/16.
- 24.11.** Antes do aviso oficial do resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do objeto, ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 24.12.** Qualquer tentativa de as licitantes influenciarem a Comissão de Licitações, no processo de julgamento das Propostas, resultará na sua desclassificação.
- 24.13.** Fica, desde logo, esclarecido que todos os participantes desta licitação, 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.
- 24.14.** A administração do Banco poderá revogar ou anular, parcialmente, ou na sua totalidade, esta licitação, observadas as disposições do art. 62 da Lei 13.303/2016.
- 24.14.1. Convocada para assinatura, a empresa vencedora terá o prazo de até 03 (três) dias úteis, para os casos de retirada do contrato na Sede do Banrisul; e até 05 (cinco) dias úteis, para os casos em que o licitante receber a minuta contratual pelo correio, para devolver o instrumento contratual com as devidas assinaturas e com firmas reconhecidas, para a Unidade de Contratações e Pagadoria do Banco.
- 24.14.2. Quando o convocado não assinar o termo de contrato, ou não aceitar, ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, a Administração poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação, conforme previsto no art. 75 da Lei Federal nº 13.303/2016.
- 24.15.** Vista ao processo será fornecida ao representante legal devidamente identificado e mediante solicitação formal, na Rua Sete de Setembro, nº745, 4º andar, Centro Histórico, Porto Alegre/RS, CEP 90.010-190, de segunda à sexta-feira, no horário das 10h às 16h. As cópias serão fornecidas mediante pagamento dos emolumentos devidos.

24.16. Fazem parte integrante e complementar 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 - Planilha de Avaliação (Plano de comunicação publicitária);
- Anexo V - Planilha de Avaliação (Capacidade de atendimento);
- Anexo VI - Planilha de Avaliação (Repertório);
- Anexo VII - Planilha de Avaliação (Relatos de soluções de problemas de comunicação);
- Anexo VIII - Planilha de Preços Sujeitos à Valoração;
- Anexo IX - Declaração sobre Reutilização de Peças Publicitárias e Direitos Autorais;
- Anexo X - Procedimentos de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas
- Anexo XI - Declaração de Sujeição ao Edital;
- Anexo XII - Documento de Capacidade Financeira – Modelo ACF;
- Anexo XIII - Termo de Referência;
- Anexo XIV - Minuta do Contrato

24.17. Fica eleito o Foro da Comarca de Porto Alegre para dirimir quaisquer dúvidas oriundas desta licitação.

Porto Alegre, 01 de outubro de 2019.

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL S/A
UNIDADE DE CONTRATAÇÕES E PAGADORIA
Gerência de Instrumentalização de Processos de Compras e Contratações

ANEXO I

BRIEFING

Este *briefing* destina-se 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 ou não das propostas apresentadas pelas agências vencedoras da licitação ficará a juízo e deliberação dos contratantes.

1. SITUAÇÃO BASE

1.1 A Empresa

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, em maio/2019, aproximadamente 10.176 funcionários e uma rede de 518 agências (02 no exterior), 184 postos de atendimento bancário e 436 postos de atendimento eletrônico, totalizando 1.138 pontos de atendimento. No mercado competitivo, a Instituição ocupava, em dezembro de 2018, a 10ª posição em ativos totais entre os bancos que compõem o Sistema Financeiro Nacional - SFN, 12ª posição em patrimônio líquido, 9ª posição em captações (depósitos totais, captações no mercado aberto e obrigações por empréstimos e repasses) e 6ª em número de agências, conforme ranking divulgado pelo Banco Central do Brasil - Bacen, excluído o BNDES.¹

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 e 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.

Deve-se destacar que a Rede Vero está cada vez mais robusta e competitiva, com presença em mais de 140 mil estabelecimentos comerciais, e que captura diversas bandeiras, entre elas, 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.

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) Aperfeiçoamento dos modelos de risco de crédito do segmento varejo pessoa física e jurídica, da originação de crédito à recuperação de operações de clientes inadimplentes, sustentados pela gestão eficaz de dados na definição de limites e pela precificação baseada em risco, buscando melhorar a margem financeira ajustada ao risco e capturar novos negócios;

b) Foco em garantir produtividade e eficiência na distribuição de soluções financeiras, por meio do projeto Banrisul Mais, que busca qualificar o atendimento e a atuação comercial, através da capacitação das equipes de vendas, da padronização de rotinas e da definição de alavancas comerciais;

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

² Relatório de Administração 2018 do Banrisul. Disponível em www.banrisul.com.br/ri. Acesso em 29/05/2019.

- c) Na pessoa física, atuação direcionada à ampliação da carteira de crédito consignado para servidores públicos e aposentados do INSS, à ampliação e fidelização do relacionamento com clientes Afinidade, bem como à intensificação da atuação junto ao público universitário;
- d) No segmento empresarial, o direcionamento comercial se mantém no Programa Especial de Crédito para Micro e Pequenas Empresas (Crédito Simples Banrisul), que abrange produtos e serviços como conta empresarial, cartão de crédito empresarial, fornecimento de equipamentos Vero, com ofertas de acordo com o perfil dos clientes, operações de crédito com antecipação de recebíveis e crédito com garantia real para clientes de menor risco, alinhado ao novo modelo de risco;
- e) Direcionamento para a prospecção de negócios com clientes do agronegócio, em toda a cadeia agropecuária do Rio Grande do Sul;
- f) Foco em seu processo de transformação digital, através da priorização de iniciativas que visam acelerar ainda mais a jornada digital do Banco, o que se traduz em uma maior oferta de produtos e serviços no aplicativo Banrisul Digital;
- g) Interação com seus clientes e com o público em geral através dos mais diversos canais de comunicação que o Banco utiliza. Importante via de interação com a comunidade ocorre por meio de patrocínio a projetos com utilização das leis de benefício fiscal (Lei Rouanet, Audiovisual, Lei de Incentivo ao Esporte) e do Programa Banrisul de Patrocínios. Por meio desses patrocínios a Instituição apoia feiras, expo feiras, eventos culturais, esportivos, de cunho social, de sustentabilidade e de benefício à saúde e à educação, na capital e no interior do Estado do Rio Grande do Sul.

1.3 Vantagens Competitivas

- 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;
- h) modelo de gestão com foco em resultados e controle centralizado das suas operações.

2. DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

Sabemos que a aceitação dos serviços bancários através de canais digitais tem crescido em ritmo acelerado no país, frente aos canais tradicionais (caixas eletrônicos, *call center*, agências bancárias, etc). As instituições financeiras têm investido consideráveis somas na capacitação de seus empregados e no desenvolvimento e utilização de tecnologias que atendam aos anseios de uma sociedade digital, que precisa realizar suas transações financeiras de forma ágil, segura, facilitada e com comodidade.

As campanhas de marketing dos concorrentes têm sido cada vez mais agressivas na divulgação dos produtos ofertados nos canais digitais. Da mesma forma, constantes são os

esforços para se aprimorar as soluções tecnológicas existentes, com vistas a atender às necessidades desse perfil de consumidor. A preocupação das instituições financeiras, por sua vez, não se restringe apenas a aspectos negociais, de definição de quais produtos ou serviços serão disponibilizados e em quais canais; busca-se, sobretudo, a consolidação dos canais digitais como uma alternativa eficiente de comunicação institucional com seus públicos de interesse.

No contexto do Banrisul, não podemos afirmar que haja, por parte da comunidade, total identificação da marca Banrisul com tecnologia, conectividade e soluções digitais. Em pesquisa realizada em 2017, com amostra representativa de clientes e não clientes, 73% declararam participar de redes sociais na internet, no entanto, apenas 17,2% da mesma amostra utiliza a internet/redes sociais para se informar sobre o Banrisul. Ainda, questionados sobre em qual meio de comunicação o Banrisul deveria intensificar suas ações de comunicação, 56,3% opinaram por mídia tradicional versus 25,9%, que opinaram por mídia digital.

O desafio que se apresenta, portanto, é consolidar a presença do Banrisul nos canais digitais, através de uma abordagem dinâmica e abrangente, impactando na visibilidade e no alcance da marca. Espera-se que as agências concorrentes apresentem uma campanha institucional que posicione, publicitariamente, o Banrisul como uma empresa moderna e que possui produtos competitivos e seguros, com as mesmas vantagens dos concorrentes.

Busca-se, portanto, a identificação do banco com as exigências do mercado e da sociedade atual; sociedade essa que tem no Banrisul uma referência de instituição financeira sólida, que está sempre presente em suas vidas e conquistas.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Desenvolver campanha publicitária institucional, posicionando o Banrisul junto aos seus clientes como um banco moderno, completo, com forte presença nos canais digitais e diferentes possibilidades de pontos de atendimento ao cliente (incluindo os canais digitais).

A proposta de comunicação apresentada pelos licitantes deverá ter viés comercial e mercadológico, e demonstrar que o Banrisul, atento às necessidades do consumidor atual, possui produtos competitivos e seguros, com as mesmas vantagens e facilidades de acesso que os dos concorrentes.

3.2 Específicos

- a) realçar características especiais da instituição, tais como modernidade, eficiência e proximidade do Banrisul com as comunidades em que atua;
- b) divulgar produtos e serviços estratégicos para o Banrisul, reforçando aspectos, tais como inovação, facilidade e segurança;
- c) 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;
- d) revelar a eficiência e qualidade de atendimento do Banrisul como um diferencial na prestação de serviços;
- e) gerar identificação da comunidade com o Banrisul, por este ser um banco próximo, com ampla capilaridade e diversidade de canais de atendimento.

4. PÚBLICO-ALVO

Clientes pessoas físicas e jurídicas; governos, não-clientes e formadores de opinião.

5. PRAÇAS

Estado do Rio Grande do Sul. Regionalmente, se for o caso, nas principais praças que a licitante considerar relevantes para o cumprimento dos objetivos de comunicação, considerando o mercado e público-alvo a serem atingidos.

6. CANAIS DE COMUNICAÇÃO (próprios) DO BANRISUL (Público Externo)

- a) Site Banrisul: www.banrisul.com.br;
- b) perfil Banrisul nas redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn;
- c) *links* em portais externos, tais como em sites de universidades/empresas/órgãos/parceiros;
- d) divulgação nas agências do Banrisul (ex.: *displays* digitais, tv corporativa, folder, banner, totens);
- e) telas de terminais de autoatendimento;
- f) mensagens em extratos;
- g) *app* Banrisul Digital;
- h) *home/Office Banking*;
- i) e-mail marketing e SMS;
- j) eventos patrocinados pelo Banco.

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

7. PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO

A campanha proposta pela licitante deverá ser planejada para um período de 03 (três) meses compreendidos dentro do ano de 2020. Esse período de realização da campanha publicitária deverá ser indicado pela licitante.

8. 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\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

9. OUTRAS INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS

- Site institucional www.banrisul.com.br.
- Informações aos investidores (disponíveis em <http://ri.banrisul.com.br>).
- Manual de Identidade Visual do Banrisul, disponível na URL www.banrisul.com.br/miv.

ANEXO II

PROPOSTA TÉCNICA – ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária
- b) Capacidade de Atendimento
- c) Repertório
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

1.2. São subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

1.2.1 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 a serem enfrentados.

1.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: A licitante apresentará e defenderá, sob a forma de texto, o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação desejados 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.

1.2.3 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 15 (quinze) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça ou material, que julgar mais indicados para ilustrar a proposta criativa da agência, superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos definidos na estratégia de comunicação publicitária.

1.2.4 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, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, 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 1.2.4.4.

1.2.4.1 Para fins desta licitação, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.4.2 Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 2.10 deverão constar dessa simulação.

1.2.4.3 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 comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de

comunicação e divulgação, separadamente por meios;

- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- 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.

1.2.4.4 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação 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-padrão 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.
- d) havendo necessidade, para a conversão de moedas na simulação do plano de distribuição, deverá ser considerado o dólar americano.

1.3. 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 materiais de Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar os títulos do Plano de Comunicação Publicitária (via identificada) e seus subquestos.

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 subquestos 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). Podem, no entanto, ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) e seus subquestos. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 2.4, no que couber e não serão computadas no limite previsto no item 2.8.

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

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Em papel A4, branco, com gramatura entre 75 a 90, orientação retrato;
- c) Com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na margem direita, a partir da borda;
- d) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) Com textos justificados;
- f) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- g) Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, estilo “normal”,

cor preta;

- h) 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;
- i) Capa e contracapa em papel tamanho A4 branco, com gramatura de 75 a 90, 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 e/ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos gráficos e/ou tabelas devem ser editados na fonte "arial", estilo "normal", tamanho "10 pontos";
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em orientação paisagem e/ou em papel A3 dobrado. Para fins do limite previsto no subitem 2.8, o papel A3 dobrado será computado como duas páginas de papel A4.

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. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no edital quanto às dimensões e integridade do referido invólucro.

2.8 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 2.10 estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para indicar os títulos 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 para as disposições deste Edital quanto às dimensões e integridade do invólucro nº 1.

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

- a) apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, 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 a peça e/ou material, bem como produtos ou serviços que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

2.10.1 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou materiais superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", conforme alínea "b" do subitem 2.10 e alínea "a" do subitem 2.10.2, a relação prevista na alínea "a" do subitem 2.10 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

2.10.2 Os exemplos de peças e/ou materiais de que trata a alínea "b" do subitem 2.10:

- a) estão limitados a 15 (quinze) peças ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça ou material, que julgar mais indicados para ilustrar

a proposta criativa da agência, superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos definidos na estratégia de comunicação publicitária.

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b.1) roteiro, leiaute e/ou *storyboard* impressos, para qualquer peça e meio de divulgação;

b.2) leiaute eletrônico ou “monstro”, para rádio, internet e TV;

b.3) *storyboard* animado ou *animatic*, para internet e TV;

b.4) *print* de tela, para peças de veiculação digital;

c) na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

d) na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

e) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

2.10.3 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 2.10.2, 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) peça sequencial, para qualquer meio, será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única (exemplos: anúncio para revista e jornal, painéis sequenciais de mídia exterior, entre outros);

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.

2.10.4 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 2.10, obedecidas às especificações do subitem 2.4.

2.10.5 Os *storyboards* animados ou *animatics*, os leiautes eletrônicos e os “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.

2.10.6 Os leiautes eletrônicos e “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, mp4 e mov. Para os formatos de vídeo se aplicam os mesmos requisitos constantes no item 2.10.5.

2.10.7 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*, atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões do involucrio nº 1, sendo que, peças que não se ajustem às dimensões do involucrio nº 1, podem ser dobradas.

2.11 As logomarcas e suas variações para aplicação nos leiautes das campanhas deverão ser obtidas do Manual de Utilização de Marcas do Banrisul, disponível na URL www.banrisul.com.br/miv.

2.12 Eventuais *slogans* e motes publicitários para a produção das peças da campanha deverão ser compostos em fonte Arial.

3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.1 A capacidade de atendimento da licitante será demonstrada através de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos/documentos, por meio dos quais serão apresentadas:

- a) relação de clientes: relação nominal dos seus principais clientes a partir de 01/08/2017, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e do objeto do contrato ou do serviço prestado.
- b) equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido, devidamente comprovado (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços ao Banco, discriminando-os por área de atuação na agência licitante.
- c) infraestrutura: relação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.
- d) informações de marketing: 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 tamanho 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. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste subitem, poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.2.1 Os documentos/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.

3.2.2 Não há limitação de número de páginas para apresentação da capacidade de atendimento.

3.3 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento, deverão participar da elaboração dos serviços objeto dos contratos a serem formalizados em decorrência desta licitação. Caso a substituição de profissionais seja necessária, os currículos resumidos, com comprovação de experiência, equivalente ou superior, deverão ser submetidos para prévia aprovação do Banco.

4. REPERTÓRIO

4.1 O repertório a ser apresentado pela licitante constitui-se de um conjunto de trabalhos por ela concebidos e veiculados, expostos, exibidos e/ou distribuídos a partir de 01/08/2014, para anunciantes que não pertencentes ao Grupo Banrisul.

Nesse quesito, a licitante deverá apresentar 08 (oito) peças e/ou materiais, observado o limite de 02 (duas) peças e/ou materiais para cada meio de divulgação. Cada peça/material deverá ter apresentação de ficha técnica, na qual se incluirá indicação sucinta do problema que a peça/material 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/espaco que divulgou cada peça, bem como eventuais premiações e reconhecimentos alcançados.

4.2 A licitante deverá apresentar em caderno específico os documentos, informações, peças

e/ou materiais que constituem o Repertório, com ou sem o uso de cores, em tamanho 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. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste subitem poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.2.1 Os documentos, 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.

4.2.2 As peças eletrônicas e os *spots* e/ou *jingles* deverão ser fornecidas em CD, DVD ou pen drive.

4.2.3 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 4.2, em papel A4 ou A3 dobrado, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e ser indicadas suas dimensões originais.

4.2.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 4.1, 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.

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

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

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. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

5.1.1 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 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com, no máximo, 02 (duas) páginas, nos quais serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, em data a partir de 01/08/2014, sendo que um deles deve referir-se a case veiculado em meio digital.

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

a) as peças eletrônicas e os *spots* e/ou *jingles* deverão ser fornecidas em CD, DVD ou pen

drive;

- b) as peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 5.1, em papel tamanho 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.
- c) para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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. 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.

6. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1 A Subcomissão Técnica, prevista neste 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 Quesito Plano de Comunicação Publicitária

6.2.1.1 Subquesito Raciocínio Básico:

- a) grau de entendimento do *briefing*, demonstrado através da compreensão dos seguintes aspectos:
 - a.1) 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;
 - a.3) das características do Banrisul e das suas atividades e de seus produtos e serviços que sejam significativos para a comunicação publicitária;
 - a.4) sobre a natureza e a extensão do objeto do *briefing*;
 - a.5) dos desafios e objetivos de comunicação a serem estabelecidos pelo Banrisul;
 - a.6) das necessidades de comunicação e das estratégias do Banrisul para enfrentar esses desafios.

6.2.1.2 Subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do conceito proposto em relação à natureza e à qualificação do Banrisul e ao desafio e objetivos 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 do desafio e alcance dos objetivos de comunicação do Banrisul;
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Banrisul, o mercado no qual se insere, o seu desafio e seus objetivos de comunicação definidos no *briefing*, seus públicos e a verba disponível.

6.2.1.3 Subquesto Ideia Criativa

- a) sua adequação ao desafio, aos objetivos de comunicação do Banrisul e à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- b) as soluções inovadoras capazes de contribuir para o posicionamento e os atributos desejados pelo Banco.
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e de desdobramentos que possibilita;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem em consonância com as novas tecnologias;
- f) a simplicidade e didática 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) as proposições inovadoras considerando as possibilidades do meio digital;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou materiais aos meios e aos públicos propostos.

6.2.1.4 Subquesto 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 dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos e/ou canais de comunicação próprios do Banrisul;
- e) a economicidade da aplicação da verba estabelecida para a campanha, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais;
- f) a otimização da solução de mídia e não mídia proposta na estratégia apresentada, para o atingimento dos públicos-alvo estabelecidos no *briefing*.

6.2.2 Quesito Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes da licitante a partir de 01/08/2017, e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Banrisul e empresas controladas;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) 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 Quesito 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 e objetividade da exposição das informações prestadas;
- d) eventuais premiações e reconhecimentos alcançados.

6.2.4 Quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

- a) a evidência de planejamento estratégico 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: **60** (sessenta)
- a.1) Raciocínio Básico: **05** (cinco);
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **20** (vinte);
- a.3) Ideia Criativa: **25** (vinte e cinco);
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **10** (dez);
- b) Capacidade de Atendimento: **15** (quinze);
- c) Repertório: **15** (quinze);
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **10** (dez)

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, respeitada 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 no edital, devendo o fato ser registrado nas justificativas descritas no item correspondente do 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 sub quesito Ideia Criativa;
- f) obtiverem nota inferior a 06 (seis) pontos no sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- g) obtiverem nota inferior a 10 (dez) pontos no sub quesito 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 6.2.1.3, 6.2.1.2, 6.2.1.4 e 6.2.1.1.

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 a empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.3.1, deste edital ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do subitem 12.3.1 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 VIII do edital.

3 A licitante deverá entregar declaração, conforme Anexo IX do edital, 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 sexta da minuta de contrato** anexa ao edital.

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 desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea “b” do subitem 5.3	$P2 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea “c” do subitem 5.3	$P3 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de desconto sobre os custos 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:

- o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- 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;
- 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;
- 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
PLANILHA DE AVALIAÇÃO (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)

Quesito	Análise Crítica		Nota	Pontuação Máxima por Tópico
RACIOCÍNIO BÁSICO	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	5	05
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	4	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	3	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	2	
	Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	00	
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	20	20
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	15	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	10	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	05	
	Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	00	
IDÉIA CRIATIVA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	25	25
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	20	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	15	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	10	
	Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	00	
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	10	10
	Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	08	
	Bom	Atendeu de 41% a 60%	06	
	Regular	Atendeu de 21% a 40%	04	
	Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	00	
Total Máximo Invólucro Nº 1				60
Nota Mínima Necessária para o Invólucro Nº 1 = 48				

ANEXO V
PLANILHA DE AVALIAÇÃO (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO)

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação						
Quesito	Subquesito	Especificação	Análises de Qualificação	Qtde/Tip o	Nota	Pontuação Máxima por Tópico
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Relação de Clientes	Relação nominal dos principais clientes da licitante, a partir de 01/08/2017, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e do serviço prestado. Nível A: ao menos 2 clientes com atuação nacional. Entende-se como atuação nacional aqueles anunciantes que veicularam pela agência material de TV em rede nacional ou no mínimo em 10 Estados. Nível B: ao menos 2 clientes com atuação na região sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). Nível C: apenas clientes com atuação no estado do Rio Grande do Sul.	Não atendeu = 0	Clientes Nível A	0,2	2,00
				Clientes Nível B	0,2	
				Clientes Nível C	1,6	
	Equipe	Diretor Geral com experiência mínima de 5 (cinco) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Diretor de Criação com experiência mínima de 3 (três) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de atendimento com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de atendimento para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de criação com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de criação para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	2	1,0	2,0
		Profissional de mídia com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Profissional de mídia (digital) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		Analista de Dados (Business Intelligence) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
		<i>Data Analytics</i> com experiência mínima comprovada de 2 (dois) anos.	Não atendeu = 0	1	1,0	1,0
Infraestrutura	As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.	Não atendeu = 0		0,5	0,5	
Informações de Marketing	Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.	Não atendeu = 0		0,5	0,5	
Total Capacidade de Atendimento						15

ANEXO VI**PLANILHA DE AVALIAÇÃO (REPERTÓRIO)**

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					
Quesito	Subquesito	Análise de Qualificação		Nota	Pontuação Máxima por Tópico
REPERTÓRIO	Conjunto de 08 Peças (observar item 4.2.4. do Anexo II)	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	15	15
		Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	11	
		Bom	Atendeu de 41% a 60%	07	
		Regular	Atendeu de 21% a 40%	03	
		Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	00	
Total Repertório					15

ANEXO VII
PLANILHA DE AVALIAÇÃO (RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO)

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					
Quesito	Subquesito	Análise de Qualificação		Nota	Pontuação Máxima por Tópico
RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	Caso 1 de Solução de Desafios de Comunicação	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	5	5
		Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	4	
		Bom	Atendeu de 41% a 60%	3	
		Regular	Atendeu de 21% a 40%	2	
		Insuficiente ou não atendeu	Não Atendeu (até 20%)	0	
	Caso 2 de Solução de Desafios de Comunicação	Excelente	Atendeu de 81% a 100%	5	5
		Ótimo	Atendeu de 61% a 80%	4	
		Bom	Atendeu de 41% a 60%	3	
		Regular	Atendeu de 21% a 40%	2	
		Insuficiente ou não atendeu	Nã atendeu (até 20%)	0	
Total Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					10

ANEXO VIII

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).

Local e data

Assinatura e carimbo da licitante

Representante legal da licitante

ANEXO IX

DECLARAÇÃO SOBRE REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS E DIREITOS AUTORAIS

....., 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 à direitos autorais estabelecidas na **cláusula sexta da minuta de contrato** anexa ao edital.

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

Assinatura e carimbo da licitante

Representante legal da licitante

ANEXO X**PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA ENTRE AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA CONTRATADAS PELO BANRISUL E EMPRESAS CONTROLADAS**

O Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A, em atendimento ao § 4º do artigo 2º da Lei Federal 12.232/2010, publica a seguir a metodologia utilizada para seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pelo Banco e suas empresas controladas:

1. Para a seleção da agência de propaganda que executará serviços e/ou campanhas publicitárias com valor inferior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), serão observados os seguintes critérios: *expertise* de cada agência de propaganda; disponibilidade das agências para executar determinado serviço no prazo necessário para os fins do Banco e empresas controladas; exigência de percentuais mínimo e máximo, se for o caso, de faturamento para cada agência de publicidade, conforme definido no edital do processo licitatório que originou a contratação das agências.

2. Para serviços e/ou campanhas publicitárias com investimento a partir de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), serão adotados os procedimentos a seguir:

2.1 A Unidade de Marketing do Banrisul convocará, por meio de correspondência eletrônica, representantes do Banco e/ou das empresas controladas e das agências, para participarem de reunião conjunta, com objetivo de apresentar o *briefing*, a fim de que as agências possam elaborar proposta de solução de comunicação para a necessidade apresentada.

2.2 O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia da passagem de *briefing* e registrados em ata de reunião.

2.3 As agências deverão entregar, na data estabelecida, material com o descritivo da campanha proposta e respectivas peças.

2.4 O prazo de avaliação das campanhas propostas será informado a cada processo de seleção, de acordo com as necessidades de comunicação do Banrisul e empresas controladas.

2.5 A Unidade de Marketing do Banrisul poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas ou compartilhadas para aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária pretendida ou viabilizar a sua execução, cabendo ao Banrisul e/ou empresas controladas a decisão e a definição da forma de participação das agências contratadas.

2.6 As propostas serão avaliadas por empregados que mantenham vínculo direto (obrigatoriamente) e indiretos (opcionalmente) com Banrisul e controladas, conforme os critérios de julgamento a seguir expostos. Cada quesito receberá nota de 0 (zero) a 10 (dez) e terá o peso abaixo indicado:

- a) Raciocínio Básico (peso 0,8):
 - grau de entendimento e compreensão do *briefing*.
- b) Estratégia de Comunicação (peso 3,3):
 - adequação do tema e objetivos propostos;
 - consistência lógica e a pertinência da argumentação;
 - riqueza de desdobramentos que o tema e objetivos possibilitam;
 - adequação da estratégia de comunicação;

- exequibilidade da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária.

c) Ideia Criativa (peso 4,2):

- adequação da proposta ao *briefing*;
- adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida;
- adequação da proposta aos públicos-alvo;
- originalidade e simplicidade da forma e dos elementos;
- pertinência às atividades do Banrisul e/ou empresa controlada;
- desdobramentos que permite;
- exequibilidade das peças;
- compatibilidade das peças aos meios propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (peso 1,7):

- conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo;
- consistência do plano simulado;
- pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação;
- otimização dos recursos nos meios recomendados;
- criatividade em mídia.

2.7 O resultado do processo de seleção será informado às agências contratadas por meio de correspondência eletrônica.

2.8 Não caberá às agências contratadas a apresentação de recurso da decisão.

3. Os procedimentos previstos no item 2 desta metodologia não se aplicam às ações que decorram de iniciativa de uma das agências de propaganda contratadas.

4. Durante a execução do orçamento de marketing do Banrisul, para cumprir exigências de percentuais mínimo e máximo de faturamento das agências de propaganda, mesmo para ações com valor a partir de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) poderão ser dispensados os procedimentos constantes no item 2, observados os critérios do item 1, no que couber.

5. Nos casos em que a Diretoria do Banrisul julgar necessário, os procedimentos previstos no item 2 serão aplicados a ações de comunicação com investimento inferior a R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais).

ANEXO XI

DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AO EDITAL

Ref.: (identificação da Licitação)

O signatário da presente, _____, 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:

1. que conhece e concorda, na íntegra, com os termos do Edital de Licitação e com todos os documentos dele componentes;
2. que considerou que o edital e seus anexos permitem a elaboração de uma proposta satisfatória;
3. que não existe, no presente momento, pedido de falência em nome desta empresa e que a mesma se submete a automática desclassificação, caso tal venha a ocorrer durante o processo de licitação;
4. sob as penalidades cabíveis, a não superveniência de fato impeditivo da habilitação;
5. que a empresa é idônea e atende a todos os pré-requisitos do edital e às demais exigências contidas na Lei Federal 13.303/2016;
6. que não se enquadra nas hipóteses previstas no artigo 38 da Lei Federal 13.303/2016, atendendo às condições de participação do edital e legislação vigente;
7. que assume total responsabilidade pelas informações prestadas e, em qualquer tempo, exime o ora CONTRATANTE, de qualquer ônus civil e penal que lhe possa acarretar;
8. que fará prova de todas as informações ora declaradas, quando necessário ou quando solicitado;
9. para os fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7 da Constituição Federal, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.
- 9.1. Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz ().
(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)

(Data)

(Representante Legal)



GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

ANEXO I AO DECRETO Nº 36.601, DE 10-04-96.

TABELA DE ÍNDICES CONTÁBEIS – TIC

ÍNDICES DE AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE FINANCEIRA RELATIVA

Nº	DENOMINAÇÃO	FÓRMULAS	PESOS
1	Liquidez Corrente	$ILC = \frac{AC - DA}{PC}$	0,3
2	Liquidez Geral	$ILG = \frac{AC - DA + ARLP}{PC + PELP}$	0,2
3	Grau de Imobilização	$IGI = \frac{AP}{PL - DA + REF}$	0,1
4	Endividamento de Curto Prazo	$IEC = \frac{PC}{PL - DA + REF}$	0,2
5	Endividamento Geral	$IEG = \frac{PC + PELP}{PL - DA + REF}$	0,2

ÍNDICE DE AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE FINANCEIRA ABSOLUTA

1	Capacidade de Contratação	$ICC = \left(\frac{K * PL}{MCE + PO} \right) * \left(\frac{n}{12} \right)$	K = 10
---	---------------------------	--	--------

IDENTIFICAÇÃO DOS TERMOS DAS FÓRMULAS

AC = Ativo Circulante
DA = Despesas Antecipadas de Curto Prazo
ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo
AP = Ativo Permanente
PC = Passivo Circulante
PELP = Passivo Exigível a Longo Prazo
PL = Patrimônio Líquido
REF = Resultados de Exercícios Futuros

K = Fator de rotação anual do Patrimônio Líquido
MCE = Montante dos contratos a executar, apurado no quadro "D" do formulário RCL
PO = Preço Orçado constante do Edital do certame que interessar ao licitante
n = Prazo em meses estipulado para a execução das obras e serviços em licitação

NOTAS

- 1) A classificação dos grupos de contas deve obedecer aos Princípios Fundamentais e às Normas Brasileiras de Contabilidade;
- 2) As Notas Explicativas integram as Demonstrações Contábeis;
- 3) O peso dos índices corresponde ao grau de importância que os mesmos têm na avaliação da capacidade financeira relativa de licitantes;
- 4) O Índice da Capacidade de Contratação – ICC, quando igual ou superior a 1,0 (um), indica que a empresa tem capacidade financeira absoluta para participar do certame.
- 5) O valor de "K" é 10 (dez) e corresponde à rotação anual máxima do Patrimônio Líquido, calculada com base na receita operacional líquida, de uma amostra de empresas do ramo de construção.



GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
ANEXO II AO DECRETO Nº 36.601, de 10-04-96.

J IDENTIFICAÇÃO DO PROCESSO	
NÚMERO	FOLHA

ANÁLISE CONTÁBIL DA CAPACIDADE FINANCEIRA DE LICITANTE – ACF

A IDENTIFICAÇÃO DO EDITAL OU CARTA-CONVITE				
CÓDIGO	NOME DO LICITADOR	NÚMERO	MODALID.	DATA

B IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE				
CGC/MF:	ATIVIDADE PRINCIPAL	CNAE	SE	
FIRMA/RAZÃO SOCIAL:		CNJ	CGC/TE	
ENDEREÇO (rua, avenida, praça, etc.)		NÚMERO	CONJ.	CEP
NOME DO REPRESENTANTE LEGAL			TELEFONE	
BALANÇO APRESENTADO PERÍODO:	DATA DO BALANÇO ANUAL	Nº LIVRO DIÁRIO	Nº DO RJC	

C IDENTIFICAÇÃO DO CONTADOR OU TÉCNICO EM CONTABILIDADE				
NOME:	CP	Nº DO REGISTRO NO CRC	TELEFONE	
ENDEREÇO (rua, avenida, praça, etc.)		NÚMERO	CONJ.	CEP

D IDENTIFICAÇÃO DA AUDITORIA				
NOME:				Nº DO REGISTRO NO CRC

E BALANÇO PATRIMONIAL REESTRUTURADO			F DEMONSTRAÇÃO DA ANÁLISE FINANCEIRA DO LICITANTE				
CONTAS		Em R\$ Mil	ÍNDICE	VALOR	NOTA	PESO	NP
1	ATIVO CIRCULANTE AJUSTADO (ACA)		1	LIQUIDEZ CORRENTE			
2	PASSIVO CIRCULANTE (PC)						
3	ACA + REALIZÁVEL A LONGO PRAZO		2	LIQUIDEZ GERAL			
4	PC + PASSIVO A LONGO PRAZO						
5	ATIVO PERMANENTE		3	GRAU DE IMOBILIZAÇÃO			
6	PATRIMÔNIO LÍQUIDO AJUSTADO						
7	PASSIVO CIRCULANTE		4	ENDIVIDAMENTO DE CURTO PRAZO			
8	PATRIMÔNIO LÍQUIDO AJUSTADO						
9	PC + PASSIVO A LONGO PRAZO		5	ENDIVIDAMENTO GERAL			
10	PATRIMÔNIO LÍQUIDO AJUSTADO						
11	DESPESA ANTECIPADA		NFR	NOTA FINAL DA CAPACIDADE FINANCEIRA RELATIVA = $\sum NP$			
12	RESULTADOS DE EXERCÍCIOS FUTUROS						
13	CAPITAL SOCIAL INTEGRALIZADO		G	RESULTADO DA ANÁLISE			
14	PATRIMÔNIO LÍQUIDO						
15	CONSISTÊNCIA (vide instruções no verso)						

H IDENTIFICAÇÃO DO SERVIDOR PÚBLICO				
NOME:				MATRÍCULA

I DECLARAÇÃO E ASSINATURAS

O representante legal da empresa licitante e o contador ou técnico em contabilidade declaram, sob as penas da Lei, que as informações prestadas neste formulário são a expressão da verdade, bem como autorizam o licitador, por si ou por outrem e a qualquer tempo, examinar os livros e os documentos relativos à escrituração contábil, para confrontação dos dados aqui demonstrados.

LICITANTE	CONTADOR OU TÉCNICO EM CONTABILIDADE	LICITADOR
DATA:	DATA:	DATA:

INSTRUÇÕES DE PREENCHIMENTO NO VERSO

INSTRUÇÕES DE PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE ANÁLISE CONTÁBIL DA CAPACIDADE FINANCEIRA DE LICITANTES – ACF

Este formulário deverá ser preenchido, em duas vias e sem rasuras, pelo licitante (quadros de A a F) e pelo licitador (quadros G, H e J).

QUADRO A – IDENTIFICAÇÃO DO EDITAL OU DA CARTA-CONVITE

Código: informar o código do órgão licitador, conforme a codificação da Lei Orçamentária anual (solicitar o código ao licitador).

Nome do licitador: informar o nome do órgão ou entidade que está realizando a licitação.

Número: informar o número do instrumento licitatório.

Modalidade: informar o código da modalidade da licitação, conforme segue: 1 – Convite; 2 – Tomada de Preços; 3 – Concorrência.

Data: informar a data de publicação do edital, observando os termos dos §§ 3º e 4º do art. 21, da Lei nº 8.666/93.

QUADRO B – IDENTIFICAÇÃO DO LICITANTE

CGC/MF: informar o CGC do Ministério da Fazenda.

Atividade principal: informar a descrição da atividade principal.

CNAE: informar o código de classificação da atividade principal, conforme Resolução nº 54, DOU de 26-12-1994, editada pelo IBGE.

SE: informar a letra da seção de atividades econômicas que o licitante estiver enquadrado, nos termos da Res. nº 54, do IBGE. O enquadramento da empresa licitante na seção de atividades terá por base a atividade que gerar maior receita operacional.

Firma/razão social: informar o nome da empresa licitante.

CNJ: informar o código da natureza jurídica, conforme segue:

1 – Soc. Limitada; 2 – Soc. Anônima; 3 – Economia Mista; 4 – Outras.

CGC/TE: informar o número do CGC estadual.

Endereço: informar o endereço completo.

Nome do representante legal: informar o nome completo.

Fone: informar o número do telefone para contatos.

Balanco apresentado: informar o período das demonstrações contábeis que estão sendo submetidas à análise.

Data do Balanço anual: informar a data prevista no contrato ou estatuto social para elaboração das demonstrações contábeis anuais.

Nº do livro diário: informar o número do livro diário onde estão registradas as demonstrações contábeis.

Nº do RJC: informar o nº de registro do livro diário na Junta Comercial ou equivalente.

QUADRO C – IDENTIFICAÇÃO DO CONTADOR OU TÉCNICO EM CONTABILIDADE

Nome: informar o nome do profissional responsável pelas informações contábeis do licitante.

CP: informar o código da categoria profissional conforme segue:

1 – Contador; 2 – Técnico em Contabilidade.

Nº do registro no CRC: informar o número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

Fone: informar o telefone de contato.

Endereço: informar o endereço comercial completo.

QUADRO D – IDENTIFICAÇÃO DA AUDITORIA

Nome: informar o nome do auditor, se as demonstrações contábeis tiverem sido auditadas.

Nº do registro no CRC: informar o número completo.

QUADRO E – BALANÇO PATRIMONIAL REESTRUTURADO

"Em R\$ Mil": Informar nesta coluna os saldos dos grupos de contas dos campos de 1 (um) a 14 (quatorze), observando que o campo 1 (um) é igual ao Ativo Circulante menos o valor informado no campo 11 (onze) Despesa Antecipada e o campo da Conta Patrimônio Líquido Ajustado corresponde ao valor informado no campo 14 (quatorze) menos o valor do campo 11 (onze) e mais o valor do campo 12 (doze) Resultados de Exercícios Futuros.

Consistência: este campo indica apenas a consistência das informações, ou seja: a) os valores dos campos 6 (seis), 8 (oito) e 10 (dez) devem ser iguais, bem como os valores dos campos 2 (dois) e 7 (sete); b) o resultado de $(3+5+11) - (4+12+14) = \text{zero}$.

QUADRO F – DEMONSTRAÇÃO DA ANÁLISE FINANCEIRA DO LICITANTE

Valor: informar nos campos desta coluna, o resultado das seguintes divisões: $F1=E1 \div E2$, $F2=E3 \div E4$, $F3=E5 \div E6$, $F4=E7 \div E8$ e $F5=E9 \div E10$, utilizando somente três casas decimais e desprezando as outras sem qualquer arredondamento (F = índices e E = valores dos campos do quadro "E").

Nota: informar a nota que corresponder ao decil (vide Tabela de Decil) que se enquadrar o valor de cada índice, observando em qual das seções de atividades econômicas o licitante está vinculado.

Peso: informar o coeficiente correspondente ao peso dos índices, conforme TABELA DE ÍNDICES CONTÁBEIS, definida no Decreto que institui estas normas.

NP = Nota Ponderada: informar o produto da multiplicação do campo Nota pelo campo Peso.

NFR: informar o somatório da Nota Ponderada de todos os índices (campos de um a cinco).

REGRAS ESPECIAIS DE FIXAÇÃO DA NOTA DOS ÍNDICES

- 1) Exceto o Patrimônio Líquido, nenhum grupo de contas poderá apresentar valor negativo e se isso ocorrer o Balanço não será aceito.
- 2) No cálculo dos índices de liquidez, quando ocorrer a expressão $(X/0)$ ou $(0/X)$, a nota do índice será igual a dez ou zero respectivamente.
- 3) No cálculo dos índices de endividamento e de imobilização, quando ocorrer a expressão $(X/0)$ ou $(0/X)$, a nota do índice será igual a zero ou dez respectivamente. Entretanto, quando o denominador, que é o Patrimônio Líquido Ajustado, for negativo, a nota do índice será sempre zero.
- 4) X = qualquer valor positivo.
- 5) As expressões $(X/0)$ ou $(0/X)$ simbolizam os elementos das fórmulas definidas no Anexo I.

QUADRO G – RESULTADO DA ANÁLISE

O LICITADOR, após conferir os dados deste formulário em confrontação com as demonstrações contábeis, deverá anotar por extenso no espaço do Quadro "G" o resultado da ANÁLISE CONTÁBIL DA CAPACIDADE FINANCEIRA DO LICITANTE, HABILITADO OU INABILITADO, obedecendo ao critério de julgamento definido no Decreto que institui estas normas.

QUADRO H – IDENTIFICAÇÃO DO SERVIDOR PÚBLICO

Nome: informar o nome do servidor, designado pelo licitador para examinar os dados deste formulário e determinar o resultado final da análise.

Matrícula: informar o número da matrícula do servidor.

QUADRO I – DECLARAÇÃO E ASSINATURAS

Assinam o formulário: o representante legal da empresa licitante, o contador ou técnico em contabilidade e o servidor público.

QUADRO J – IDENTIFICAÇÃO DO PROCESSO

Informar o número do processo, que deu origem à licitação, bem como o número da folha na seqüência deste.

DESTINAÇÃO DO FORMULÁRIO

Primeira via: integrar ao processo que deu origem à licitação.

Segunda via: remeter à Contadoria e Auditoria-Geral do Estado – CAGE.

**TABELA DE DECIL**

Seções	Atividades																				
	Agricultura, pecuária, silvicultura, exploração e pesca																				
	Índices	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
Valor		NT	Valor	NT	Valor	NT															
A e B	Liquidez Corrente	0,240	1	0,458	2	0,640	3	0,920	4	1,161	5	1,469	6	2,006	7	4,012	8	11,339	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,133	1	0,344	2	0,502	3	0,698	4	1,009	5	1,339	6	1,607	7	2,303	8	7,693	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,661	10	0,800	9	0,890	8	0,950	7	0,984	6	1,060	5	1,248	4	1,402	3	2,033	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,005	10	0,028	9	0,060	8	0,118	7	0,256	6	0,406	5	0,588	4	0,969	3	1,636	2	limite	1
	Endividamento Geral	0,021	10	0,069	9	0,129	8	0,241	7	0,409	6	0,541	5	0,716	4	1,564	3	2,447	2	anterior	1

Seções	Indústrias extrativas																				
	Índices	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT																
C	Liquidez Corrente	0,418	1	0,705	2	0,953	3	1,069	4	1,351	5	1,733	6	1,892	7	3,235	8	7,277	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,341	1	0,596	2	0,820	3	0,969	4	1,221	5	1,688	6	1,906	7	3,239	8	7,445	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,383	10	0,570	9	0,684	8	0,732	7	0,825	6	0,971	5	1,083	4	1,174	3	1,362	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,056	10	0,082	9	0,141	8	0,192	7	0,284	6	0,436	5	0,659	4	0,936	3	1,825	2	limite	1
	Endividamento Geral	0,068	10	0,110	9	0,168	8	0,272	7	0,412	6	0,536	5	0,753	4	1,044	3	2,212	2	anterior	1

Seções	Indústrias de transformação, produção e distribuição de eletricidade, gás e água																				
	Índices	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT																
D e E	Liquidez Corrente	0,553	1	0,822	2	0,994	3	1,141	4	1,326	5	1,563	6	1,948	7	2,558	8	4,115	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,457	1	0,676	2	0,836	3	1,001	4	1,153	5	1,357	6	1,713	7	2,229	8	3,617	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,318	10	0,469	9	0,603	8	0,721	7	0,849	6	0,955	5	1,118	4	1,391	3	2,153	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,113	10	0,208	9	0,307	8	0,425	7	0,581	6	0,795	5	1,128	4	1,740	3	3,441	2	limite	1
	Endividamento Geral	0,139	10	0,267	9	0,389	8	0,549	7	0,749	6	1,044	5	1,425	4	2,096	3	4,595	2	anterior	1

Seções	Construção																				
	Índices	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT														
F	Liquidez Corrente	0,413	1	0,969	2	1,203	3	1,526	4	2,081	5	2,782	6	3,556	7	5,463	8	11,451	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,603	1	1,051	2	1,285	3	1,552	4	1,935	5	2,362	6	3,230	7	4,588	8	8,864	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,048	10	0,116	9	0,254	8	0,419	7	0,533	6	0,638	5	0,813	4	0,946	3	1,223	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,033	10	0,080	9	0,119	8	0,190	7	0,288	6	0,425	5	0,616	4	0,955	3	2,117	2	limite	1
	Endividamento Geral	0,048	10	0,117	9	0,182	8	0,322	7	0,478	6	0,616	5	0,894	4	1,327	3	2,357	2	anterior	1



TABELA DE DECIL

Seções	Atividades																					
	Comércio, reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos																					
	Índices		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
G			Valor	NT	Valor	NT																
	Liquidez Corrente		0,728	1	0,962	2	1,127	3	1,313	4	1,522	5	1,812	6	2,265	7	3,039	8	4,911	9	Valores	10
	Liquidez Geral		0,663	1	0,920	2	1,079	3	1,247	4	1,449	5	1,743	6	2,142	7	2,859	8	4,464	9	acima	10
	Grau de Imobilização		0,093	10	0,196	9	0,297	8	0,400	7	0,528	6	0,665	5	0,799	4	0,987	3	1,467	2	do	1
	Endividamento de C.P.		0,129	10	0,247	9	0,366	8	0,515	7	0,726	6	0,967	5	1,380	4	2,167	3	4,468	2	limite	1
	Endividamento Geral		0,141	10	0,275	9	0,408	8	0,558	7	0,778	6	1,056	5	1,522	4	2,368	3	4,891	2	anterior	1

Seções	Atividades																					
	Alojamento e alimentação																					
	Índices		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
H			Valor	NT	Valor	NT																
	Liquidez Corrente		0,161	1	0,478	2	0,606	3	0,883	4	1,060	5	1,482	6	2,092	7	4,084	8	7,664	9	Valores	10
	Liquidez Geral		0,110	1	0,327	2	0,606	3	0,928	4	1,100	5	1,382	6	2,179	7	3,083	8	7,665	9	acima	10
	Grau de Imobilização		0,251	10	0,706	9	0,852	8	0,935	7	0,982	6	1,001	5	1,061	4	1,399	3	1,709	2	do	1
	Endividamento de C.P.		0,018	10	0,032	9	0,062	8	0,080	7	0,107	6	0,127	5	0,321	4	0,720	3	1,171	2	limite	1
	Endividamento Geral		0,023	10	0,060	9	0,077	8	0,107	7	0,134	6	0,192	5	0,552	4	0,888	3	1,643	2	anterior	1

Seções	Atividades																					
	Transporte, armazenagem e comunicações																					
	Índices		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
I			Valor	NT	Valor	NT																
	Liquidez Corrente		0,109	1	0,252	2	0,373	3	0,569	4	0,780	5	1,029	6	1,476	7	2,345	8	5,208	9	Valores	10
	Liquidez Geral		0,109	1	0,228	2	0,338	3	0,515	4	0,679	5	0,924	6	1,194	7	2,132	8	3,890	9	acima	10
	Grau de Imobilização		0,527	10	0,774	9	0,878	8	0,997	7	1,086	6	1,211	5	1,430	4	1,780	3	2,832	2	do	1
	Endividamento de C.P.		0,039	10	0,111	9	0,171	8	0,249	7	0,363	6	0,525	5	0,857	4	1,510	3	3,071	2	limite	1
	Endividamento Geral		0,055	10	0,130	9	0,219	8	0,341	7	0,470	6	0,763	5	1,201	4	2,052	3	3,549	2	anterior	1

Seções	Atividades																					
	Intermediação financeira																					
	Índices		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
J			Valor	NT	Valor	NT																
	Liquidez Corrente		0,436	1	0,770	2	1,001	3	1,103	4	1,260	5	1,555	6	1,916	7	2,987	8	7,790	9	Valores	10
	Liquidez Geral		0,426	1	0,797	2	1,020	3	1,080	4	1,191	5	1,293	6	1,689	7	2,273	8	7,123	9	acima	10
	Grau de Imobilização		0,275	10	0,522	9	0,725	8	0,894	7	0,941	6	0,962	5	0,992	4	1,087	3	1,469	2	do	1
	Endividamento de C.P.		0,033	10	0,061	9	0,108	8	0,142	7	0,270	6	0,496	5	0,743	4	1,664	3	4,084	2	limite	1
	Endividamento Geral		0,038	10	0,079	9	0,116	8	0,222	7	0,413	6	0,838	5	1,135	4	1,762	3	4,175	2	anterior	1



TABELA DE DECIL

Seções	Atividades	Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas; administração pública, defesa e seguridade social; educação																			
		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT
K, L, M	Índices																				
	Liquidez Corrente	0,171	1	0,475	2	0,766	3	1,095	4	1,356	5	1,745	6	2,745	7	4,552	8	13,116	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,215	1	0,474	2	0,720	3	0,987	4	1,175	5	1,608	6	2,350	7	3,968	8	8,225	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,196	10	0,421	9	0,599	8	0,766	7	0,905	6	0,992	5	1,053	4	1,285	3	1,865	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,007	10	0,034	9	0,079	8	0,141	7	0,252	6	0,403	5	0,668	4	1,225	3	2,755	2	limite	1
Endividamento Geral	0,019	10	0,058	9	0,131	8	0,215	7	0,380	6	0,562	5	0,906	4	1,564	3	3,280	2	anterior	1	

Seções	Atividades	Saúde e serviços sociais																			
		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT
N	Índices																				
	Liquidez Corrente	0,309	1	0,719	2	0,891	3	1,137	4	1,515	5	1,934	6	2,659	7	4,561	8	8,275	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,323	1	0,592	2	0,842	3	1,054	4	1,381	5	1,762	6	2,530	7	4,102	8	7,883	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,227	10	0,374	9	0,532	8	0,663	7	0,808	6	0,941	5	1,021	4	1,193	3	1,411	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,042	10	0,084	9	0,117	8	0,201	7	0,300	6	0,436	5	0,563	4	1,351	3	3,898	2	limite	1
Endividamento Geral	0,042	10	0,086	9	0,137	8	0,211	7	0,332	6	0,457	5	0,602	4	1,351	3	3,921	2	anterior	1	

Seções	Atividades	Outros serviços coletivos, sociais e pessoais																			
		1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		9°		10°	
		Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT	Valor	NT
O	Índices																				
	Liquidez Corrente	0,236	1	0,468	2	0,746	3	1,048	4	1,631	5	1,895	6	3,605	7	8,539	8	11,287	9	Valores	10
	Liquidez Geral	0,211	1	0,461	2	0,761	3	1,031	4	1,483	5	1,898	6	3,429	7	7,016	8	12,046	9	acima	10
	Grau de Imobilização	0,181	10	0,339	9	0,623	8	0,711	7	0,823	6	0,888	5	0,994	4	1,079	3	1,339	2	do	1
	Endividamento de C.P.	0,021	10	0,041	9	0,071	8	0,111	7	0,144	6	0,237	5	0,395	4	0,719	3	2,174	2	limite	1
Endividamento Geral	0,021	10	0,041	9	0,074	8	0,131	7	0,146	6	0,331	5	0,483	4	1,021	3	3,005	2	anterior	1	

OBS. 1) Seções: corresponde à Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, conforme Resolução nº 54, de 19-12-1994, do IBGE; 2) VALOR: corresponde aos valores máximos por decil; 3) NT = Nota, foi atribuída de um a dez pontos para os índices de liquidez e na ordem inversa para os demais; 4) C.P. = Curto Prazo.

TERMO DE REFERÊNCIA**Nº DO PROCESSO: 0000572/2019**

Numeração fornecida pelo Sistema BMP

UNIDADE REQUISITANTE Unidade que elaborou o Termo de Referência	Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A. Banrisul Armazéns Gerais S.A. Banrisul Cartões S.A. Banrisul S.A. Administradora de Consórcios Banrisul S.A. Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio
GESTOR DOS SERVIÇOS Unidade responsável pela execução do objeto	Unidade de Marketing
GESTOR TÉCNICO Unidade com o conhecimento técnico do objeto a ser contratado	Unidade de Marketing

1. DA NECESSIDADE

Contratação de até 03 (três) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e empresas controladas, em estrita observância às legislações pertinentes, devendo contemplar tanto a publicidade *offline* quanto a digital.

2. DA JUSTIFICATIVA/RAZÕES DA PROPOSTA

Dada a especificidade dos serviços bancários necessários no novo contexto de marketing digital, identificamos ser estratégica a realização de processo licitatório para o Banco e empresas controladas, tendo por objeto os serviços de mídia *offline* e digital, a serem prestados pelas mesmas empresas vencedoras, visando manter uma única linha de comunicação. Contratar agências de propaganda distintas para mídia *offline* e mídia digital poderia significar um prejuízo à identidade das marcas. O mesmo se pode dizer com relação a contratar agências de propaganda distintas para as empresas do grupo econômico Banrisul.

Quanto ao número de agências de propaganda a serem contratadas, conforme facultado pela lei 12.232/2010, este projeto básico propõe a contratação de até 03 (três) melhores classificadas. Contudo, não deverá haver segmentação do atendimento em itens, contas ou lotes. As agências deverão atuar independentemente de sua classificação, sem exclusividade em relação aos serviços objeto do contrato a ser firmado e respeitada a metodologia de seleção interna das agências contratadas (anexo X do Edital).

A opção pela seleção de mais de uma agência de propaganda visa proporcionar ao Banrisul e empresas controladas, através da concorrência saudável entre as contratadas, a possibilidade de se escolher a melhor e mais adequada dentre várias estratégias que possam vir a ser apresentadas como resposta aos desafios de comunicação que ocorrerem durante a vigência dos contratos, mantendo, assim, um elevado padrão de qualidade nas ações de comunicação e marketing desenvolvidas pelo grupo.

Sob outro viés, a contratação de apenas uma agência de propaganda, em momentos de maiores demandas, na realização de campanhas de maior complexidade ou mesmo em havendo problemas operacionais na eventual contratada, poderia limitar/prejudicar a *performance* do Banrisul e controladas no mercado.

Por fim, vale salientar que a metodologia que estabelecerá os procedimentos de seleção interna das agências contratadas será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, assegurando a transparência nas atividades ora desenvolvidas na área de marketing do grupo Banrisul.

A abertura deste processo licitatório está amparada na lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas para licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade, os quais deverão, necessariamente, ser prestados por intermédio de agências de propaganda. A referida lei inclui todas as pessoas da administração indireta e suas entidades controladas direta ou indiretamente.

3. DO OBJETO

Prestação de serviços de publicidade ao Banrisul e suas controladas.

3.1. Especificações do Objeto

Contratação de até 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.

Também integram o objeto desta licitação, 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. Os serviços especializados referidos nesta alínea compreendem:
 - as tecnologias de monitoramento, análise e otimização das ações de comunicação;
 - mídia programática, abrangendo *adserver*, *DMP – Data Management Platform*, *DSP – Demand Side Platform*, entre outros serviços, sistemas e tecnologias;
 - qualquer outra forma inovadora de expansão dos efeitos das ações de comunicação publicitária que venha a surgir, que se enquadre nestas características e que seja reconhecida pelo Banco.
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do item 3.1 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.

É vedado incluir outros serviços não previstos neste item 3, 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.

Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no parágrafo acima, 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 de comunicação.

4. DO TIPO DE CONTRATAÇÃO

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Aquisição de bem | <input checked="" type="checkbox"/> Prestação de Serviços |
| <input type="checkbox"/> Fornecimento contínuo | <input type="checkbox"/> Obras/Serviços de Engenharia |
| <input type="checkbox"/> Licença de software | <input type="checkbox"/> Outros: _____ |

5. DA MODALIDADE DE CONTRATAÇÃO: LICITAÇÃO

Critério de Julgamento: Melhor Técnica

6. CONTRATANTE:

- Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.
- Banrisul Armazéns Gerais S.A.
- Banrisul Cartões S.A.
- Banrisul S.A. - Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio
- Banrisul S.A – Administradora de Consórcios

7. ATENDIMENTO À LEI FEDERAL COMPLEMENTAR 123/2006 – Art. 48 – INCISO I

I. O valor estimado do lote é inferior a R\$ 80.000,00? NÃO SIM

II. Caso a assertiva acima seja SIM, a realização de processo licitatório será destinado exclusivamente à participação de microempresas e empresas de pequeno porte.

Justificativa para a não realização de processo com exclusividade: _____

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

O instrumento convocatório deverá prever, dentre as demais condições gerais de participação, as seguintes:

8.1 Os serviços serão solicitados às agências de propaganda 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, relativamente ao Grupo Banrisul, durante a vigência inicial de 12 (doze) meses.

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

8.3 A participação de agências de propaganda que prestem serviços similares aos do objeto desta licitação a concorrentes mercadológicos do Banrisul e suas empresas controladas está condicionada à desistência da prestação daqueles serviços, antes da eventual assinatura dos contratos oriundos desta licitação.

8.4 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.

8.5 As agências de propaganda contratadas deverão possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, *setup*, monitoramento e de avaliação da performance *online* das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho. A equipe deve contar com funcionários de criação e atendimento voltados especificamente para o meio digital/*online*, além de qualificados em tecnologias de marketing digital e análise de dados, com as seguintes competências:

- a) definir estratégias para constante otimização de mídia;
- b) construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;
- c) conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;
- d) conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis;
- e) implementar “*setup*” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;
- f) elaborar relatórios com análises quantitativas e qualitativas para direcionar o planejamento de novas ações e tomadas de decisão que possuam *insights*, análises profundas e recomendações;
- g) conhecimento e prática em mídia programática;
- h) *CRO (Conversion Rate Optimization), Web Analytics, UX (User Experience), Desenvolvedor Web, SEO (Search Engine Optimization) e ASO (App Store Optimization).*

9. DA UTILIZAÇÃO DO SERVICE DESK

I. O Contratante utilizará a ferramenta *Service Desk* como ponto de contato sistêmico, para abertura, acompanhamento e gestão de incidentes, requisições de serviço e ocorrências?

(X) NÃO () SIM

II. Caso a assertiva acima seja SIM:

- Ocorreu avaliação e parecer favorável da Unidade de Infraestrutura de Tecnologia –Tecnologia Gestao Niveis de Servico? () NÃO () SIM

III. Caso a assertiva acima seja SIM, descrever a regra: _____

10. QUANTO À AMOSTRA/VERIFICAÇÃO

I. Necessidade de amostra para verificação? (X) NÃO () SIM

II. Caso a assertiva acima seja SIM, informar:

() Para todos os itens

() Somente para alguns itens. Especificar: _____

III. Necessidade de assinatura de Termo de Sigilo? () NÃO () SIM

IV. Quantitativo da amostra fica fazendo parte do objeto a ser entregue? () NÃO () SIM

V. Regras para amostra/verificação. Descrever: _____

11. QUANTO À COMPUTAÇÃO EM NUVEM

I. Há previsão ou possibilidade de uso de computação em nuvem, nos serviços de processamento ou armazenamento de dados? (X) NÃO () SIM

II. Caso a assertiva I. seja SIM, foi realizada análise e a avaliação de riscos pelo gestor do negócio, em conformidade com a Política de Gerenciamento do Risco Operacional? () NÃO () SIM

III. Caso a assertiva I. seja SIM, após avaliação e parecer favorável de todas as Unidades de Tecnologia da Informação envolvidas, descreva o regramento do uso da computação em nuvem para esta contratação:

12. LOCAL DE ENTREGA/REALIZAÇÕES DOS SERVIÇOS

Em Porto Alegre/RS.

13. FREQUÊNCIA E PERIODICIDADE

Por demanda.

14. DA VIGÊNCIA

(X) A vigência da contratação será de 12 (doze) meses, podendo sua duração ser prorrogada, conforme disposições do Art. 71 da Lei 13.303/2016.

14.1. DA RESCISÃO

Caso a CONTRATADA tenha interesse na rescisão contratual, a mesma deverá fazer a solicitação ao CONTRATANTE com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias.

15. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

O orçamento estimado para investimentos em publicidade no exercício de 2020, para o Banrisul e empresas controladas, é de aproximadamente R\$ 75.381.931 (setenta e cinco milhões, trezentos e oitenta e um mil e novecentos e trinta e um reais) e corresponde à expectativa de despesas com os contratos resultantes do processo licitatório ora proposto, nos primeiros 12 (doze) meses de suas vigências.

A seguir os valores discriminados por empresa do Grupo Banrisul:

Empresa	Orçamento Previsto
Banco do Estado do Rio Grande do Sul	R\$ 56.121.913,00
Banrisul Armazéns Gerais S/A	R\$ 140.000,00
Banrisul Cartões S/A	R\$ 17.720.000,00
Banrisul S/A Administradora de Consórcios	R\$ 1.150.000,00
Banrisul S/A Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio	R\$ 250.018,00
Total Valor Estimado	R\$ 75.381.931,00

16. DO PAGAMENTO

O pagamento do preço, com o respectivo aceite do Gestor dos Serviços, será efetuado em até 30 (trinta) dias após o protocolo de entrega da fatura ou, caso recaia em final de semana ou feriado, no próximo dia útil.

17. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

As empresas participantes do processo deverão apresentar as seguintes comprovações quanto ao objeto licitado:

17.1. DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA DA LICITANTE

a) Atestado emitido por empresa de direito público ou privado, que comprove aptidão para prestação dos serviços objeto da presente licitação.

b) Cópia autenticada do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, do art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

17.2 COMPROVAÇÃO DE EXPERIÊNCIA DA EQUIPE DE TRABALHO (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO)

No quesito Capacidade de Atendimento (ver Anexo V Planilha de Avaliação (Capacidade de Atendimento) referente a equipe de trabalho, serão valorados os seguintes profissionais:

- Diretor Geral com experiência mínima de 5 (cinco) anos.
- Diretor de Criação com experiência mínima de 3 (três) anos.
- Profissional de atendimento com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de atendimento para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de criação com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de criação para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica) com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de mídia com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Profissional de mídia (digital) com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Analista de Dados (Business Intelligence) com experiência mínima de 2 (dois) anos.
- Data Analytics com experiência mínima comprovada de 2 (dois) anos.

A comprovação de experiência poderá ser através de CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social, contratos de trabalho, ou outro documento hábil a referida comprovação.

17.3 DA PROPOSTA TÉCNICA

As licitantes deverão apresentar suas propostas técnicas estruturadas conforme especificado nos anexos II, IV, V, VI e VII do Edital.

A pontuação das propostas técnicas deverá levar em consideração a importância de cada quesito e subquesito e estará limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, conforme distribuído na tabela a seguir, sendo que a nota mínima para classificação no processo licitatório é de 80 pontos.

Quesito	Pontuação máxima
Plano de comunicação publicitária	60
Subquesito Raciocínio básico (pontuação máxima 05)	
Subquesito Estratégia de comunicação publicitária (pontuação máxima 20)	
Subquesito Ideia criativa (pontuação máxima 25)	
Subquesito Estratégia de mídia e não mídia (pontuação máxima 10)	
Capacidade de atendimento	15
Repertório	15
Relatos de soluções de problemas de comunicação	10
Pontuação total máxima	100

17.3.1 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

Em atendimento à lei 12.232/2010, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade e marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que um deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com Banrisul ou empresas controladas. A escolha dos integrantes dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, previamente cadastrados.

18. DA GARANTIA CONTRATUAL

A contratada deverá manter, durante toda a vigência do contrato, garantia por uma das modalidades previstas no artigo 70, parágrafo 1º, da lei 13.303/2016, no valor equivalente a 0,5% do preço global estimado declarado no edital.

19. DAS PENALIDADES

Deverão ser aquelas usualmente praticadas pelo Banco.

20. INDICAÇÃO DE CONTRATAÇÃO ANTERIOR:

I. Existiu contratação anterior com o mesmo objeto? () NÃO (X) SIM

II. Caso a assertiva acima seja SIM, informar: **469/2015**

21. PROCEDIMENTOS DE GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

ATIVIDADES DO GESTOR DOS SERVIÇOS: Realiza atividades de controle e a inspeção sistemática do objeto contratado (aquisição de bens, serviços ou obras) pela Administração, com a finalidade de examinar ou verificar se sua execução obedece às especificações, ao projeto, aos prazos estabelecidos e demais obrigações previstas no contrato. Envolve, portanto, responsabilidade com o mérito técnico do que está sendo executado, observadas as condições convencionadas.

ATIVIDADES DA GERÊNCIA DE INSTRUMENTALIZAÇÃO: Realiza atividades de assessorar os gestores das unidades que integram a Direção-Geral, na elaboração dos Projetos Básicos, Termos de Referência e/ou expedientes que visem a contratação de serviços, sistemas ou aquisições, locações ou comodato de bens imóveis, necessárias ou relacionadas ao desenvolvimento da atividade empresarial do Banco e/ou das Empresas Controladas; nas situações em que se vislumbre a necessidade de afastamento de licitação, remeter à Assessoria Jurídica, em conjunto com o gestor do negócio ou serviço ao qual se relaciona o objeto da proposta, o processo com as especificações e razões/justificativas necessárias para que aquela verifique a legalidade do afastamento da licitação e emita parecer sobre o mesmo; assegurar, nas hipóteses de afastamento de licitações, que o processo seja instruído, no que couber, com os elementos referidos no art. 30 - § 3º da Lei 13.303/2016, e nos demais dispositivos legais ou normativos aplicáveis; nos casos de deliberações para abertura de processo licitatório, elaborar, em conjunto com a Assessoria Jurídica e com o gestor do negócio/processo relacionado, a minuta do edital e do contrato respectivo, e, na sequência, remeter o processo à Comissão de Licitações.

ATIVIDADES DO GERENCIADOR DE CONTRATOS: Constituem funções do gerenciador de contratos: observância dos prazos legais; reajustes do contrato; alterações contratuais (acréscimos e/ou supressões de contratos continuados); controle dos vencimentos; elaboração dos expedientes para aprovação da prorrogação ou renovação e alterações (inclusões e supressões de contratos continuados) necessárias e no limite legal, mediante justificativas por escrito do Gestor.

22. ASSINATURAS, LOCAL E DATA

Porto Alegre, 25 de junho de 2019.

23. IDENTIFICAÇÃO DE ANEXOS

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE – Nº XX00572/2019

O **CONTRATANTE**, (preencher com a qualificação da empresa contratante), por seu representante legal no fim assinado,

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 0000572/2019, regendo-se pela Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016 e legislação pertinente, sujeitando-se às disposições da Lei Federal nº 12.232 de abril de 2010 e da Lei Estadual nº 11.389, de 25 de novembro de 1999, 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.

1.2. Os serviços contratados compreendem 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.

1.3. Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.3.1. 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;

1.3.2. 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. Os serviços especializados referidos nesta alínea compreendem:

I. as tecnologias de monitoramento, análise e otimização das ações de comunicação;

II. mídia programática, abrangendo *adserver*, *DMP – Data Management Platform*, *DSP – Demand Side Platform*, entre outros serviços, sistemas e tecnologias;

III. qualquer outra forma inovadora de expansão dos efeitos das ações de comunicação publicitária que venha a surgir, que se enquadre nestas características e que seja reconhecida pelo Banco.

1.3.3. À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;

1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.3.1. 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.

1.5. É vedado incluir outros serviços não previstos no item 1.3., 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.

1.6. Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no item 1.5. acima, 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 de comunicação.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

1.7. 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 de Licitação nº 0000572/2019. Em caso de conflito entre os termos das planilhas e dos anexos e os do presente Contrato, os do Contrato prevalecerão.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO –

2.1. Os serviços serão solicitados às agências de propaganda 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, relativamente ao grupo Bannisul, durante a vigência inicial de 12 (doze) meses.

2.2. 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, onde manterá 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.

2.3. As agências de propaganda contratadas deverão possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, setup, monitoramento e de avaliação da performance online das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho. A equipe deve contar com funcionários de criação e atendimento voltados especificamente para o meio digital/online, além de qualificados em tecnologias de marketing digital e análise de dados, com as seguintes competências:

- I. definir estratégias para constante otimização de mídia;
- II. construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;
- III. conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;
- IV. conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis;
- V. implementar “*setup*” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;
- VI. elaborar relatórios com análises quantitativas e qualitativas para direcionar o planejamento de novas ações e tomadas de decisão que possuam *insights*, análises profundas e recomendações;
- VII. conhecimento e prática em mídia programática;
- VIII. *CRO (Conversion Rate Optimization), Web Analytics, UX (User Experience), Desenvolvedor Web, SEO (Search Engine Optimization) e ASO (App Store Optimization).*

2.4. 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 pela 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 do fornecedor 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 o serviço a ser fornecido.

2.5. 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



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

2.6. O fornecimento de bens ou serviços que se enquadram no previsto no §3º do art. 14 da Lei Federal nº 12.232 de 29 de abril de 2010, está dispensado do procedimento previsto no item 2.5. desta cláusula.

2.7. 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.

2.8. As disposições dos itens 2.4. e 2.7. desta cláusula não se aplicam à compra de mídia.

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

2.10. 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.

2.11. 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.

2.12. 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.

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

2.14. 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.

2.15. Fica vedada à CONTRATADA manter ou utilizar, mesmo que parcialmente, infraestrutura de hardware e software baseada em serviços de processamento ou armazenamento de dados em nuvem, para prestação dos serviços objeto deste Contrato.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA COMPOSIÇÃO DOS SERVIÇOS -

3.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos do item 11.2.2., VIII e IX, da Cláusula Décima Primeira, 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.

3.1.1. Para comprovação de mídia impressa:

I. Jornal: exemplar ou a página com anúncio, na qual deve constar as informações sobre o período ou data de circulação, nome do jornal e praça.

II. Demais mídias impressas: exemplares originais dos títulos

3.1.2. 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). Em caso da mídia constituir-se em Merchandising, deverá também ser apresentada gravação ou spot comprovando a veiculação.

3.1.3. 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,



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

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.

3.1.4. Para comprovação de veiculações na Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com os *prints* das respectivas telas, gravações ou spots, conforme o caso.

CLÁUSULA QUARTA - DO PREÇO -

4.1. 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;

4.2. 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.

4.3. Os honorários previstos nos subitens I a III do item 4.1. desta cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado.

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

4.5. 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.

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

4.7. 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.

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

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

CLÁUSULA QUINTA - DO DESCONTO DE AGÊNCIA -

5.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Quarta, 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.

5.2. O desconto de que trata o item 5.1. 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

5.3. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto na cláusula Sétima, 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.

5.4. 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.

5.5. 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 SEXTA – DOS DIREITOS AUTORAIS -

6.1. 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.

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

6.3. 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.

6.4. 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.

6.5. 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 6.6 a 6.8.

6.6. 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.

6.7. 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.

6.8. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 6.6 e 6.7, 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.

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

6.10. 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.

6.11. 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:



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

- 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 SÉTIMA – DO PAGAMENTO –

7.1. 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.

7.2. A respectiva nota fiscal/fatura/duplicata deverá ser apresentada na Unidade de Marketing da CONTRATANTE, situada na Rua Caldas Júnior, nº 108, 4º andar, Bairro Centro, em Porto Alegre, RS, CEP 90018-900.

7.3. A nota fiscal/fatura deverá vir acompanhada do documento comprobatório de realização dos serviços, visado pelo representante da CONTRATADA.

7.3.1. A comprovação dos serviços se dará conforme o disposto nos subitens 3.1.1., 3.1.2. e 3.1.3. e 3.1.4. da Clausula Terceira do presente contrato.

7.3.2. Quando se tratar de prestação de serviços e, neste caso, estão incluídas as personalizações de objetos, deverá ser apresentada nota fiscal de serviços.

7.4. 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 ou de suas filiais, conforme indicado pelo próprio;
- 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.

7.5. 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:

- I. Certidão que prove a regularidade com o FGTS, dentro do prazo de validade;
- II. Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, dentro do prazo de validade;

7.5.1. 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.

7.6. 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.

7.6.1. Os documentos de cobrança da CONTRATADA serão compostos por uma via da Nota fiscal ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal e uma via do documento fiscal do(s) fornecedor(es) com o(s) comprovante(s) do respectivo serviço.

7.7. 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

7.8. 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.

7.8.1. Para fins de enquadramento do ISS (Imposto Sobre Serviços) de acordo com o SIMPLES NACIONAL, quando a legislação municipal assim permitir, será exigido o faturamento dos últimos 12 (doze) meses junto à referida Declaração.

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

7.10. A glosa do pagamento durante a execução contratual, sem prejuízo das sanções cabíveis, poderá ocorrer quando o Contratado:

- I.** Não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar as atividades com a qualidade mínima exigida no Contrato; ou
- II.** Deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demanda.

7.11. Nas hipóteses em que for necessário o cancelamento da nota fiscal emitida, o CONTRATANTE deverá ser comunicado imediatamente sobre o fato, para que sejam adotados os procedimentos cabíveis, desde que não tenha ocorrido o pagamento.

7.11.1. O cancelamento do documento fiscal após o pagamento e/ ou recolhimento dos tributos devidos, sujeitará a CONTRATADA ao ressarcimento destes impostos, bem como das multas e encargos imputados ao CONTRATANTE, em função das correções nas informações fiscais, previamente enviadas aos órgãos arrecadadores, sem prejuízo da aplicação das multas contratuais.

CLÁUSULA OITAVA – DA ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA –

Os valores do presente Contrato, não pagos na data do vencimento, desde que devidamente comprovados, poderão ser corrigidos desde então, até a data do efetivo pagamento, pela variação do IGP-M ocorrida no período.

CLÁUSULA NONA – DO REAJUSTE –

Após a periodicidade de um ano, 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 – DA VIGÊNCIA –

10.1. 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. 71 da Lei 13.303/2016 e legislação pertinente.

10.2. Caso a CONTRATADA não tenha interesse na prorrogação desta contratação, deverá manifestar-se formalmente, por carta protocolada ou por e-mail para o endereço contratacoes_contratos@banrisul.com.br, apresentando suas razões, com uma antecedência mínima de 60 dias do término da vigência deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS DIREITOS E DAS OBRIGAÇÕES –

11.1. DOS DIREITOS:

11.1.1. 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.

11.1.2. 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.

11.1.3. O disposto no subitem 11.1.2. 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

11.2. DAS OBRIGAÇÕES:

11.2.1. 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 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 03 (três) dias úteis;
- VII. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.
- VIII. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da fatura de serviços do contratado, nos termos da legislação vigente.

11.2.2. Constituem obrigações da CONTRATADA:

- I. Prestar o serviço na forma ajustada;
- II. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- III. 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.
- IV. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação 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;
- V. 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.
- VI. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes na Cláusula Sexta, 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.
- VII. 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.
- VIII. Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao item VII, 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.
- IX. O estudo de que trata o item VIII 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

X. Encaminhar, por meio do sistema do Banrisul para envio digital de arquivos (EDI File Transfer), imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

a) Filme/vídeo: arquivos em Full-HD, nos formatos MP4, MOV e WMV, ou formatos que vierem a substituí-los.

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

c) Spot e outros materiais para rádio, incluindo a gravação de Merchandising realizado: arquivo MP3.

XI. 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 X.

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

XIII. 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.

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

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

XVI. 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.

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

XVIII. 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.

XIX. 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.

XX. 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.

XXI. 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.

XXII. 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.

XXIII. 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.

XXIV. 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

XXV. 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.

XXVI. 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;

XXVII. 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;

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

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

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

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

XXXII. 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;

XXXIII. 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;

XXXIV. 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;

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

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

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

XXXVIII. Fornecer as ferramentas e materiais necessários à prestação dos serviços, responsabilizando-se pela perfeita execução;

XXXIX. 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;

XL. Manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação;

XLI. 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;

XLII. Não interromper a execução dos serviços sob alegação de inadimplemento por parte do Contratante, salvo nos casos previstos em lei.

XLIII. Com relação aos relatórios, a CONTRATADA deverá:

a) 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.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

- b) Apresentar 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.
- c) Entregar, ao término de cada campanha realizada, independente dos meios de veiculação utilizados, um relatório final em formato PPTX, nos templates fornecidos pelo Banrisul, contendo o resgate do briefing, período de veiculação, estratégia de mídia, print ou roteiros das principais peças publicitárias, mensuração de impactos, sugestões e críticas.
- d) Nos casos de campanhas digitais, principalmente com utilização de mídia programática, a CONTRATADA deverá disponibilizar relatórios (preferencialmente dashboards – permitindo exportação em CSV) que permitam o monitoramento das campanhas durante a execução, permitindo correções de rota.
- e) 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.

XLIV. A CONTRATADA deverá realizar Pesquisa de Avaliação de Resultados, com o objetivo de verificar a performance dos Indicadores de Comunicação e demais elementos técnicos de cada campanha, a ser realizada por instituto de pesquisa, e custeada integralmente pela CONTRATADA. A pesquisa referida terá os seguintes parâmetros:

- a) O BANCO terá direito a solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou superior ao definido no ANEXO X do Termo de Referência – item 02, de R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), de acordo com sua conveniência;
- b) Tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da agência;
- c) Serão escolhidas até 10 (dez) praças para realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade do CONTRATANTE;
- d) A metodologia a ser utilizada na pesquisa de avaliação de resultados é a quantitativa, com a realização de entrevistas face a face, respeitando o limite máximo de 2.000 (duas mil) entrevistas no total;
- e) As entrevistas face a face poderão ser substituídas por outras técnicas de pesquisa, a critério do BANCO, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – 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 TERCEIRA – DA RESPONSABILIDADE CIVIL –

13.1. 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.

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

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

13.4. 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 QUARTA – DA UTILIZAÇÃO DO CONTRATO COMO GARANTIA –

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



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA FISCALIZAÇÃO E DA ACEITAÇÃO -

15.1. 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.

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

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

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

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

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

15.7. 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.

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

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

15.10. 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.

15.11. 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.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA CONFIDENCIALIDADE –

16.1. 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.

16.2. 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.

16.3. 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,



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

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.

16.4. 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.

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

16.6. 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.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA GARANTIA –

17.1. A CONTRATADA dá e se obriga a manter, durante toda a vigência do Contrato, garantia por uma das modalidades previstas no artigo 70, da Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, no valor equivalente a 0,5% do preço global estimado declarado no 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.

17.2. 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.

17.3. 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;

17.4. 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



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

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.

17.5. 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.

17.6. 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.

17.7. 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.

17.8. 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.

17.9. 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.

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

17.11. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as previstas nesta Cláusula.

17.12. Caso o pagamento de todas as obrigações trabalhistas e previdenciárias decorrentes da contratação não seja comprovado até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência do Contrato, a garantia será utilizada para o pagamento dessas verbas.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA CESSÃO DO CONTRATO –

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

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DAS ALTERAÇÕES –

19.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina do art. 81 da Lei federal nº 13.303 de 30 de junho de 2016.

19.2. Poderão ser motivos para alterações contratuais, dentre outros:

I. Alteração dos prazos de início de etapas de execução, de conclusão e de entrega;

II. Superveniência de fato excepcional ou imprevisível, estranho à vontade das partes, que altere fundamentalmente as condições de execução do Contrato;

III. Aumento ou diminuição das quantidades inicialmente previstas no Contrato, nos limites permitidos pela Lei 13.303/2016; e,

IV. Modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos objetivos.

19.3. As alterações deverão ser justificadas por escrito, previamente autorizadas pela autoridade competente e formalizadas mediante aditivo contratual.

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

A CONTRATADA somente poderá utilizar o nome ou marcas do CONTRATANTE, ou sua qualidade



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

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

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES E MULTAS –

21.1. Serão aplicadas as seguintes sanções pelo não cumprimento de quaisquer das obrigações do presente Contrato à CONTRATADA, 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. de 10% (dez por cento) sobre o valor mensal atualizado do contrato, no caso de descumprimento de cláusula contratual, norma de legislação pertinente, execução imperfeita ou em desacordo com as especificações e/ou negligência na execução dos serviços contratados;

II. de 5% (cinco por cento) sobre o valor total atualizado do contrato, no caso de descumprimento contratual total ou, ainda, quando ocorrer reincidência no cometimento de falta pela qual já houver sido a CONTRATADA advertida e/ou multada.

21.1.3. Suspensão do direito de licitar e contratar com o CONTRATANTE, 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 e retardamento na execução do Contrato, contrariando o disposto neste Contrato;

IV. Configurar-se-á o retardamento da execução quando o contratado:

a) Deixar de iniciar, sem causa justificada, a execução do Contrato após 7 (sete) dias contados da data da ordem de serviço;

b) Deixar de realizar, sem causa justificada, os serviços definidos no Contrato por 3 (três) dias seguidos ou por 10 (dez) dias intercalados.

c) A falha na execução do Contrato estará configurada quando o contratado descumprir as obrigações e cláusulas contratuais, cuja dosimetria será aferida pela autoridade competente, de acordo com o que preceitua o subitem Multa (s) desta cláusula.

V. Reincidência na aplicação das penalidades de advertência ou multa;

VI. Irregularidades que ensejam a rescisão contratual;

VII. Ação no intuito de tumultuar a execução do Contrato;

VIII. Práticas de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a administração pública;

IX. Condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos.

21.2. As multas mencionadas nesta cláusula 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 autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

21.6. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei federal nº 13.303 de 30 de junho de 2016 e regulamento próprio do CONTRATANTE.

21.7. As sanções previstas nesta Cláusula não elidem a aplicação das penalidades estabelecidas na Lei Federal nº 12.846/2013, conforme o disposto no seu art. 30.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DA RESCISÃO –

22.1. O presente Contrato poderá ser rescindido nas seguintes hipóteses:

I. De forma unilateral, assegurada a prévia defesa;
II. Por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para o CONTRATANTE e para o CONTRATADO;

III. Por determinação judicial.

22.2. Constituem motivos, dentre outros, para a rescisão contratual:

I. A inexecução total do Contrato;

II. A execução imperfeita ou em desacordo com as especificações e/ou negligência na execução dos serviços contratados;

III. O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

IV. A lentidão do seu cumprimento, levando a comprovar a impossibilidade da conclusão da obra, do serviço ou do fornecimento, nos prazos estipulados;

V. O atraso injustificado no início da obra, serviço ou fornecimento;

VI. A paralisação da obra, do serviço ou do fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação;

VII. A subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação do contratado com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no edital ou no Contrato;

VIII. O desatendimento das determinações regulares do CONTRATANTE decorrentes do acompanhamento e fiscalização do Contrato;

IX. A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;

X. A dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;

XI. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do Contrato;

XII. A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato.

22.3. Caso a CONTRATADA tenha interesse na rescisão contratual, deverá manifestar-se, apresentando suas razões, com no mínimo 60 dias de antecedência.

CLAUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS -

23.1. O valor do presente contrato durante a vigência inicial de 12 (doze) meses é de até R\$ XXXXXX (valor estimado), considerando a soma das despesas com os 3 (três) contratos resultantes desta licitação e destina-se à execução dos contratos formalizados com agências de publicidade contratadas como resultado da Licitação nº 0000572/2019 para a prestação dos serviços constantes na cláusula primeira.

23.1.1. As despesas para execução dos serviços descritos na cláusula primeira serão atendidas pelos recursos fixados no item 2.1. da Cláusula Segunda do presente contrato.

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

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA – DAS CONDIÇÕES GERAIS –

24.1. 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.

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



RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2

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

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

24.5. 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.

24.6. 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.

24.7. 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.

24.8. Todas as comunicações relativas ao presente Contrato serão consideradas como regularmente feitas e entregues enviadas por carta protocolada ou E-Mail.

24.9. 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 QUINTA – 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, XX de XXXXXXXX de XXXX.

CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:
CPF:

Nome:
CPF:



B32874

17/17

BXXXXX

RUBRICA CONTRATANTE	RUBRICA CONTRATADA	RUBRICA TESTEMUNHA 1	RUBRICA TESTEMUNHA 2