



EDITAL DE CONCORRÊNCIA DEMAP Nº 72/2020 – ALTERADO I

OBJETO: O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade de utilidade pública para o Banco Central do Brasil (BC), prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

Prezados Senhores:

1. O Edital de licitação poderá ser obtido pela Internet, por meio do *site* <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/licitacoes>.
2. Caso seja o Edital obtido pela Internet, pede-se que seja preenchido o “**Comprovante de Retirada do Edital**”, a seguir apresentado, que deve ser enviado à Comissão Especial de Licitações (CEL), por meio do e-mail cpl.df@bcb.gov.br. Esse mesmo endereço de e-mail será utilizado para comunicação direta aos interessados em eventuais esclarecimentos e outras situações que possam implicar, inclusive, alterações das condições editalícias.
3. A falta do “Comprovante de Retirada do Edital”, na forma estabelecida, ou seu incorreto preenchimento, poderá inviabilizar a comunicação direta do Banco Central do Brasil (BACEN) com os interessados, nas situações descritas no item 2.
4. Os pedidos de esclarecimentos e impugnações deverão ser manifestados em conformidade com os itens 6 e 7 deste Edital.

Brasília (DF), 13 de julho de 2021.

(assinado eletronicamente)

Cláudio Henrique de Araújo Coutinho
Comissão Especial de Licitação
Presidente Substituto



**COMPROVANTE
DE RETIRADA DO EDITAL**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA DEMAP Nº 72/2020 – ALTERADO I

Razão Social: _____

CNPJ no: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Estado: _____

Telefone: _____ Fax: _____

E-Mail: _____

Nome do representante: _____

Recebi do Banco Central do Brasil, nesta data, cópia do instrumento convocatório da licitação acima identificada.

Local e data: _____

Assinatura: _____



CONCORRÊNCIA DEMAP Nº 72/2020 – ALTERADO I

PROCESSO Nº: 144870

DATA DE HORÁRIO DA SESSÃO DE ABERTURA: 1º/09/2021, às 14h30.

Para todas as referências de tempo contidas neste Edital será observado o horário de Brasília (DF).

LOCAL: Auditório Dênio Nogueira – 1º Subsolo do Edifício-Sede do Banco Central do Brasil, situado no Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 3, Bloco “B”, em Brasília (DF).

TIPO DE LICITAÇÃO: Técnica e Preço.

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda

EDITAL: Poderá ser obtido pela Internet, no *site* do Banco Central do Brasil, <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/licitacoes>.

PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÕES: Deverão ser encaminhados à Comissão Especial de Licitação na forma dos itens 6 e 7 deste Edital.

INFORMAÇÕES SOBRE O EDITAL: Na Comissão Especial de Licitação pelos telefones (61) 3414-4960, 3414-2444 e 3414-1990.

BANCO CENTRAL DO BRASIL

CNPJ: 00.038.166/0001-05

Departamento de Infraestrutura e Gestão Patrimonial -

Demap Divisão de Licitações e Contratos - Dilic

Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 3, Bloco "B", Edifício-Sede - 1º

Andar Brasília - DF - 70074-900

Telefone: (61) 3414-

4960 E-mail:

cpl.df@bcb.gov.br



ÍNDICE DO EDITAL DA CONCORRÊNCIA DEMAP Nº 72/2020 – ALTERADO I

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS	6
2. OBJETO	6
3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS	8
4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	8
5. RETIRADA DO EDITAL	9
6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL	9
7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL	10
8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES	11
9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	11
10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA	12
11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA	14
12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS	23
13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS	27
14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	27
15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS	29
16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS	30
17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	31
18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	31
19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	39
20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	39
21. PREFERÊNCIA PARA ME/EPP E ESTATUTO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA CRITÉRIOS DE DESEMPATE – PROCEDIMENTOS	42
22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS	43
23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS	44
24. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS	44
25. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO	50



Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

26. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS	50
27. GARANTIA DE EXECUÇÃO	51
28. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE	51
29. FISCALIZAÇÃO	51
30. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO	52
31. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	52
32. DISPOSIÇÕES FINAIS	52
- ANEXO I –	55
BRIEFING	55
- ANEXO II –	67
MODELO DE PROCURAÇÃO	67
- ANEXO III –	68
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS	68
- ANEXO IV –	70
MINUTA DE CONTRATO	70
- ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÃO PARA FINS DE CONTRATAÇÃO	107
- ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA OU PARA REABILITADO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL	109
- ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE	110



1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O **BANCO CENTRAL DO BRASIL**, doravante denominado **BC**, por intermédio do Departamento de Infraestrutura e Gestão Patrimonial – Demap, com observância da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e mediante a aplicação, de forma complementar, da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e, no que couber, do Decreto 6.555, de 8 de setembro de 2008, do Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, do Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, do Decreto nº 3.722, de 9 de janeiro de 2001, da Instrução Normativa Secom nº 3, de 20 de abril de 2018, e das Instruções Normativas SEGES/MPDG nº 05/2017 e nº 03/2018 e modificações posteriores, bem como das normas e condições estabelecidas neste edital e em seus anexos, torna público aos interessados que realizará concorrência, do tipo **Técnica e Preço**, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

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

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.



2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA.

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

2.2.2. A agência atuará por ordem e conta do BC, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.



3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses, reservando-se o BC o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

3.2. No interesse do BC, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

3.3. Se o BC optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.3.1. Na prorrogação, o BC poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.3.2. O BC poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

4.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Banco Central do Brasil;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o BC;



- f) que se apresente sob a forma de consórcio de empresas, qualquer que seja a modalidade de constituição;
- g) que atuem sem fins lucrativos;
- h) que não estejam credenciadas na forma do item 8.

4.3. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

4.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

4.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a 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.

4.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o BC, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. Será gratuita a retirada deste Edital por meio do sítio abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

➡ www.bcb.gov.br/acessoinformacao/licitacoes

5.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 7 (sete) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:



➡ pelo e-mail cpl.df@bcb.gov.br do BC;

➡ por intermédio Protocolo Digital do BC
(<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/protocolodigital>)

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação em até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/licitacoes>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.3. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.4. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.5. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser enviada para o e-mail cpl.df@bcb.gov.br do BC, ou por intermédio Protocolo Digital do BC (<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/protocolodigital>), observados os prazos descritos no subitem 7.5.

7.2. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.3. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.4. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 1º do art. 113 da Lei nº 8.666/1993.

7.5. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Licitação:

I - o cidadão que não se manifestar em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II - a licitante que não se manifestar em até 02 (dois) dias úteis antes da data de recebimento



das Propostas Técnicas e de Preços.

7.5.1. Considera-se licitante, para efeito do inciso II do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. 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 Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

➡ dia: 1º/09/2021

➡ hora: às 14h30

➡ local: Auditório Dênio Nogueira, Edifício-Sede do Banco Central do Brasil, 1º subsolo, SBS – Quadra 3 – Bloco B, Brasília

9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 24, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos **Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3**.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 0 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, a ser retirado, exclusivamente:

- a) na recepção do Edifício-Sede do Banco Central do Brasil, situada no 2º subsolo do referido edifício, localizado no Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 3, Bloco “B”, em Brasília (DF), no período de **23.8.2021 a 31.8.2021, em dias úteis, das 9h às 18h30;**
- b) Imediatamente antes de iniciada a sessão pública de abertura da licitação, no Auditório Dênio Nogueira, situado no 1º subsolo do Edifício-Sede do Banco Central do Brasil, situado no Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 3, Bloco “B”, em Brasília (DF).



10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

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

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 72/2020 – Alterado I – BANCO CENTRAL DO BRASIL

10.1.2.2. 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.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 72/2020 – Alterado I – BANCO CENTRAL DO BRASIL

10.1.3.2. 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.



10.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	I. Clientes
	II. Profissionais
	III. Infraestrutura
	IV. Sistemática de Atendimento
	V. Informações de Marketing
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

11.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;



g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 0 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 0 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 24.2.1 e no subitem 24.2.1.1 deste Edital.



11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 24.2.1 e no subitem 24.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 0, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do BC e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o



desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de ‘monstro’ ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4. O ‘monstro’ ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (*pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.



11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

- a. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do BC a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- b. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- c. plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de



veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

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



d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.4. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

a) Subquesito I – Clientes: relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) Subquesito II – Profissionais: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) Subquesito III – Infraestrutura: infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do BC para a execução do contrato;

d) Subquesito IV – Sistemática de Atendimento: sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e;



e) Subquestito V: Informação de Marketing: relação 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 BC, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo BC, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.



11.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 4 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo BC, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação de que trata a alínea “d” do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cálculo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu telefone e e-mail de contato, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;



III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do BC e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo BC e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do BC, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do BC com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o BC, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;



- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do BC, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do BC e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) Subquesto I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) Subquesto II – Profissionais: a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do BC;
- c) Subquesto III – Infraestrutura: a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do BC na execução do contrato;
- d) Subquesto IV – Sistemática de Atendimento: a funcionalidade do relacionamento operacional entre o BC e a licitante; e



e) Subquesto V – Informação de Marketing: a relevância e 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 BC.

12.2.3. Questito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4. Questito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Publicitária	65
SUBQUESTOS	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	20
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10



SUBQUESITOS	2. Capacidade de Atendimento	15
	I. Clientes	3
	II. Profissionais	4
	III. Infraestrutura	4
	IV. Sistemática de Atendimento	2
	V. Informações de Marketing	2
	3. Repertório	10
	4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL		100

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4. 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 objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista 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.

12.4. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;



c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.4.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.5. A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5.1. A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 16.2.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº72/20 – Alterado I – BANCO CENTRAL DO BRASIL
--

13.1.2. O Invólucro nº 4 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.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, **não serão aceitos:**



- I. Percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao BC, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal (Sinapro-DF), referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- II. Percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:
- a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
 - c) à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;
- III. Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição/veiculação não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- IV. Percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e
- V. Percentual de repasse ao BC inferior a 5% (cinco por cento), correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação e divulgação à licitante, referente à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.



14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

15.3. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

15.4. O Preço Proposto pela Licitante (PPL), em cada quesito da Proposta de Preços, nos termos do subitem 14.2, será considerado na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPP), da seguinte forma:

PPP1 = (PPL1/MPD)*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Maior Percentual de Desconto; sendo

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL1

PPL1 = Percentual Proposto pela Licitante para o inciso “I” do subquesito 14.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito no inciso “I” do subquesito 14.2

PPP2 = ((MPH+1)/(PPL2+1))*0,20 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL2

PPL2 = Percentual de Referência do inciso “II” do subquesito 14.2

0,20 = relevância atribuída ao serviço descrito no inciso “II” do subquesito 14.2

PPP3 = ((MPH+1)/(PPL3+1))*0,30 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes PPL3

PPL3 = Percentual Proposto pela Licitante para o inciso “III” do subquesito 14.2

0,30 = relevância atribuída ao serviço descrito no inciso “III” do subquesito 14.2

PPP4 = ((MPH+1)/(PPL4+1))*0,10 = quando o menor preço referir-se ao Menor Percentual de Honorários; sendo

MPH = Menor Percentual de Honorários, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL4

PPL4 = Percentual Proposto pela Licitante para o inciso “IV” do subquesito 14.2



0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito no inciso “IV” do subquesito 14.2

PPP5 = (PPL5/MPD)*0,30 = quando o menor preço referir-se ao Maior Percentual de Desconto; sendo

MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL5

PPL5 = Percentual Proposto pela Licitante para o inciso “V” do subquesito 14.2

0,30 = relevância atribuída ao serviço descrito no inciso “V” do subquesito 14.2

15.5. As Pontuações Parciais de Preço (PPP) serão consideradas na identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 16.3.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Especial de Licitação observará o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para a licitação do tipo Técnica e Preço, e adotará os seguintes procedimentos:

I - identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante;

II - identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante; e

III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

16.2. O Índice Técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula **IT = PTL/MPT**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IT = Índice Técnico.

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 12.5.

MPT = Maior Pontuação Técnica dentre as apresentadas pelas licitantes.

16.3. O Índice de Preços (IP) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula **IP = $\sum$ PPP**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

IP = Índice de Preços.

PPP = Pontuações Parciais de Preço, a serem identificadas nos termos do subitem 15.4.

16.4. A Pontuação Final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula **PF = (IT x PT) + (IP x PP)**, utilizando-se duas casas decimais, onde:

PF = Pontuação Final.

IT = Índice Técnico.

PT = Peso Técnico, que corresponde a 6 (seis).

IP = Índice de Preços.



PP = Peso de Preços, que corresponde a 4 (quatro).

16.5. Será vencedora desta concorrência a licitante que mantenha as condições de participação estabelecidas no item 4 deste Edital e que:

- a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 16.4; e
- b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 0 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 72/2020 – Alterado I – BANCO CENTRAL DO BRASIL

17.1.3. O Invólucro nº 5 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.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.



18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos



inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;



b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;



b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>01):

$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$
--

$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$

$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$
--

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$
--

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, **patrimônio líquido** equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado da contratação

18.2.5. Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À

Comissão Especial de Licitação

**Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I**

<nome da licitante>, 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 _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante>

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea ‘b’ do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

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

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

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



e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do BC, antes da abertura oficial das propostas; e

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

<local e data>

<representante legal da licitante>

c) Declaração de Ciência e Concordância com os termos do edital:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada <nome fantasia>, declara, sob as penas da lei, que estou ciente e concordo com as condições contidas no presente Edital e seus anexos, bem como que a (licitante) cumpre plenamente as condições de habilitação definidas no Edital de Concorrência nº 72/2020 – Alterado I.

<local e data>

<representante legal da licitante>

d) Declaração de inexistência de fatos impeditivos:

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada <nome fantasia>, declara, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para a habilitação da (licitante) no Edital de Concorrência nº 72/2020 – Alterado I, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

<local e data>

<representante legal da licitante>

e) Declaração de não emprego de trabalho degradante ou forçado:

**Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I**

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada <nome fantasia>, declara, sob as penas da lei, que a (licitante) não possui, em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, nos termos dos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federativa do Brasil.

<local e data>

<representante legal da licitante>

18.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 0 e nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao BC a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

- a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 0;
- c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado da contratação, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 0 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’, ‘b’, ‘c’, ‘d’ e ‘e’ do subitem 0.

18.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea ‘c’ do subitem 0 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4.1.



18.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 0, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o BC.

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica, formada por 2 (dois) integrantes com vínculo com o BC e 1 (um) sem vínculo com o BC, escolhidos dentre 6 (seis) integrantes com vínculo com o BC e 3 (três) sem vínculo com o BC integrantes de lista previamente cadastrada, deu-se por sorteio, em sessão pública.



20.3.1. Os nomes remanescentes da lista, após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica, foram todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a ser utilizada em eventual convocação nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da lista prevista no subitem 20.3, a Comissão Especial de Licitação solicitou a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A lista dos nomes referidos no subitem 20.3 foi publicada no Diário Oficial da União, no dia 19.09.2020, 347 (trezentos e quarenta e sete) dias antes da data em que foi realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio foi processado pela Comissão Especial de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o BC, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e **Erro! Fonte de referência não encontrada.** deste Edital, tendo sido seu resultado publicado na Sessão 3 do Diário Oficial da União do dia 24.9.2021.

20.3.4. Não houve impugnação de pessoa integrante da lista a que se refere o subitem 20.3.

20.4. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

20.4.1. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 72/2020 – Alterado I realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.



2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;
- II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;
- IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
- V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;
- VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
- VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do Banco Central do Brasil contratante ou de origem, nem da Comissão Especial de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou



internamente no Banco Central do Brasil contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Licitação.

Data: ____ de ____ de ____.

Assinatura

20.4.1.1. Os membros da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

21. PREFERÊNCIA PARA ME/EPP E ESTATUTO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA CRITÉRIOS DE DESEMPATE – PROCEDIMENTOS



21.1. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte (art. 44, caput da Lei Complementar nº 123/2006 e art. 5º, caput do Dec. nº 8.538/2015).

21.1.1. Entende-se haver empate quando as ofertas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10% (dez por cento) inferiores à Nota Final vencedora (ponderação entre o Índice Técnico e o Índice de Preço), quando a melhor oferta válida não houver sido apresentada por microempresa ou empresa de pequeno porte (art. 5º, §§ 1º, 3º e 8º do Decreto nº 8.538/2015);

21.2. A preferência de que trata o item 21.1 será concedida da seguinte forma:

21.2.1. Ocorrendo o empate, a microempresa ou empresa de pequeno porte melhor classificada poderá apresentar proposta de preço inferior àquela considerada vencedora do certame, situação em que será adjudicado o objeto em seu favor, desde que obtenha a maior Nota Final (art. 5º, § 4º, inc. I do Decreto nº 8.538/2015);

21.2.2. Não ocorrendo a contratação da microempresa ou empresa de pequeno porte, na forma do subitem 21.2.1, serão convocadas as remanescentes que porventura se enquadrem na situação de empate, na ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito (art. 5º, § 4º, inc. II do Decreto nº 8.538/2015);

21.2.3. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem em situação de empate, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta (art. 5º, § 4º, inc. III do Decreto nº 8.538/2015);

21.2.4. A microempresa ou a empresa de pequeno porte melhor classificada será convocada para apresentar nova proposta de preço no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, sob pena de preclusão (art. 5º, § 7º do Decreto nº 8.538/2015).

21.3. Havendo êxito nos procedimentos descritos no item 21.2 e seus subitens, a Comissão Especial de Licitação divulgará nova classificação dos licitantes para fins de aceitação.

21.4. No caso de não contratação nos termos previstos no item 21.2 e seus subitens, prevalecerá a classificação inicial e o objeto licitado será adjudicado em favor da proposta originalmente classificada em primeiro lugar (art. 45, § 1º da Lei Complementar nº 123/2006), cumpridas as demais exigências para sua habilitação

22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

22.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas mediante publicação na imprensa oficial, salvo se presentes todos os representantes legais dos participantes nas sessões públicas, quando então será feita a comunicação



direta do ato aos participantes e respectiva lavratura em ata, consoante o art. 109 §1º da Lei nº 8.666/1993.

23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

23.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos o prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do BC, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, em uma das seguintes formas:

- pelo e-mail cpl.df@bcb.gov.br do BC;
- por intermédio Protocolo Digital do BC
(<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/protocolodigital>);

23.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

23.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do BC, que decidirá em 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

23.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

23.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Especial de Licitação.

23.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inhabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o BC, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

24. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

24.1. Serão realizadas 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 Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

24.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.



24.1.2. 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.

24.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

24.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

24.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Licitação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

24.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

24.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

24.1.8. A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

24.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.



24.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

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

24.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 24.2.1, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

24.2.2. 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 Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 22 deste Edital.

24.2.2.1. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem 24.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

24.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação.

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



24.2.3. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 24.2.2 acima.

24.2.4. 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 Especial de Licitação.

24.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 24.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 22, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

24.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 22, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 23 deste Edital.

24.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de



Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.

24.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.4, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

24.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea ‘a’ do subitem 12.4, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

24.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 24.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

24.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 22, 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 os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) identificar a Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL), conforme disposto no subitem 12.5, e informar que as mesmas serão publicadas na forma do item 22, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 23 deste Edital.

24.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão Especial de Licitação.



Terceira Sessão

24.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 22, 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) identificar o Índice Técnico (IT) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.2 deste Edital;
- c) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- e) 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;
- f) identificar as Pontuações Parciais de Preço (PPP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 15.4 deste Edital;
- g) identificar o Índice de Preço (IP) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.3;
- h) identificar a Pontuação Final (PF) de cada licitante, conforme disposto no subitem 16.4;
- e
- i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 22, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 23 deste Edital.

Quarta Sessão

24.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 22, 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) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos



documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 22, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea ‘a’ do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993;

g) informar que será publicado, na forma do item 22, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

25. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

25.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 32.11 deste Edital.

25.2. Imediatamente após a homologação do resultado desta concorrência, o presidente da Comissão Especial de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações – SECOM/MCOM relatório contendo a exposição dos principais atos e fatos pertinentes ao processamento licitatório, conforme Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, disponível no endereço www.secom.gov.br.

26. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

26.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias corridos, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da Minuta que constitui o Anexo IV.

26.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do BC, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

26.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o BC poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.



26.2. Antes da celebração do contrato, o BC efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

26.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

26.4. O BC poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

26.5. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

26.6. A contratada centralizará o comando da publicidade do BC em Brasília, Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 5.1.2 e 5.1.2.1 da Cláusula Quinta da Minuta de Contrato (Anexo IV).

26.7. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

27. GARANTIA DE EXECUÇÃO

27.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo IV).

28. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

28.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

29. FISCALIZAÇÃO

29.1. O BC nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros,



para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo IV).

30. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

30.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 15 deste Edital.

30.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

31. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

31.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 10% (dez por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

31.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 26.1.1.1 deste Edital.

31.1.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo BC, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo IV).

32. DISPOSIÇÕES FINAIS

32.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

32.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (questo Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do BC para a execução do contrato.

32.3. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 32.1 e 32.2 deste Edital.



32.4. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o BC tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

32.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o BC poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

32.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o BC poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

32.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

32.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o BC comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

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

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

32.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

32.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

32.10.2. O BC poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

32.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa,



em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

32.12. Correrão por conta do BC as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

32.13. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

32.14. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Modelo de Procuração;
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Minuta de Contrato.

Brasília, 13 de julho de 2021.

(assinado eletronicamente)
Cláudio Henrique de Araújo Coutinho
Comissão Especial de Licitação
Presidente Substituto



**- ANEXO I –
BRIEFING**

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. O BANCO CENTRAL

O Banco Central (BC) é o guardião dos valores do Brasil. O BC é uma autarquia de natureza especial, criado pela Lei nº 4.595/1964 e com autonomia estabelecida pela Lei Complementar nº 179/2021. As metas de política monetária são estabelecidas pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), e compete privativamente ao Banco Central do Brasil conduzir a política monetária necessária para cumprir as metas estabelecidas.

A missão do BC é garantir a estabilidade do poder de compra da moeda, zelar por um sistema financeiro sólido, eficiente e competitivo, e fomentar o bem-estar econômico da sociedade. São competências legais do BC fiscalizar as instituições financeiras, determinar o recolhimento de depósitos compulsórios e emitir moeda-papel e moeda metálica.

O Banco Central pretende, por sua atuação autônoma de excelência, ser reconhecido pela promoção da inclusão, transparência, sustentabilidade e competitividade no sistema financeiro e pelo estímulo à educação financeira do cidadão. A atuação do BC e de seus servidores é pautada pelos valores integridade, foco em resultados, abertura para mudanças, excelência, cooperação e responsabilidade socioambiental.

O BC tem sua sede em Brasília e possui representações em mais nove capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Fortaleza, Recife e Belém.

1.2. HISTÓRICO

Antes da criação do Banco Central, as autoridades monetárias no Brasil eram a Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc), o Banco do Brasil e o Tesouro Nacional. Em 31 de dezembro de 1964, foi criado o Banco Central do Brasil, após longo processo de discussão nas duas casas do Congresso Nacional, em substituição à Sumoc.

Porém, somente em 1986 houve o reordenamento financeiro governamental, com a separação das contas e funções do Banco Central, Banco do Brasil e Tesouro Nacional. Num processo que se estendeu até 1988, as funções de autoridade monetária foram transferidas progressivamente do Banco do Brasil para o Banco Central, enquanto as atividades atípicas exercidas pelo BC (como o fomento e a administração da dívida pública federal) foram transferidas para o Tesouro Nacional.

A Constituição de 1988 consagra dispositivos importantes para a atuação do Banco Central, como a necessidade de aprovação prévia pelo Senado Federal, em votação secreta, após arguição pública, dos designados pelo presidente da República para os cargos de presidente e diretores. Ademais, veda ao Banco Central a concessão direta ou indireta de empréstimos ao Tesouro Nacional. A Constituição de 1988 prevê, ainda, a elaboração de Lei Complementar do Sistema Financeiro Nacional, que deverá substituir a Lei nº 4.595/64, abrangendo vários e importantes aspectos da estruturação e da atuação do Banco Central.



Nesse sentido, recentemente foi aprovada a Lei Complementar nº 179, de 24 de fevereiro de 2021, que trouxe alguns elementos novos para o trabalho do Banco e foi apelidada de Lei da Autonomia do Banco Central. Abaixo, algumas mudanças podem ser destacadas do texto:

- Define a estabilidade de preços como objetivo fundamental do BC. Sem prejuízo de seu objetivo fundamental, a instituição também terá por objetivos zelar pela estabilidade e pela eficiência do sistema financeiro, suavizar as flutuações do nível de atividade econômica e fomentar o pleno emprego;
- Determina mandatos fixos e não coincidentes de 4 anos para os diretores e para o presidente. Esses mandatos se sobrepõem apenas parcialmente ao mandato presidencial;
- Estabelece que a exoneração de diretores e presidente da instituição só se dará em casos justificados, e com aprovação, por maioria absoluta, do Senado Federal;
- Mantém os poderes legítimos do corpo político para sabatar os diretores e o presidente;
- Define o BC como autarquia de natureza especial caracterizada pela ausência de vinculação a Ministério; e
- Garante a transparência e a prestação de contas, já que o presidente do BC deverá apresentar, no Senado Federal, em arguição pública, no primeiro e no segundo semestres de cada ano, relatório de inflação e relatório de estabilidade financeira, explicando as decisões tomadas no semestre anterior.

1.3. FUNÇÕES

As tarefas a cargo do Banco Central são bastante diversas. Entenda alguma delas:

a) Inflação baixa e estável

Manter a inflação sob controle, ao redor da meta, é objetivo fundamental do BC.

A estabilidade dos preços preserva o valor do dinheiro, mantendo o poder de compra da moeda. Para alcançar esse objetivo, o BC utiliza a política monetária, política que se refere às ações do BC que visam afetar o custo do dinheiro (taxas de juros) e a quantidade de dinheiro (condições de liquidez) na economia.

b) Sistema financeiro seguro e eficiente

Faz parte da missão do BC zelar por um sistema financeiro sólido (tenha capital suficiente para arcar com seus compromissos), eficiente e competitivo.

c) Banco do governo

O BC detém as contas mais importantes do governo e é o depositário das reservas internacionais do país.

d) Banco dos bancos

As instituições financeiras precisam manter contas no BC. Essas contas são monitoradas para que as transações financeiras aconteçam com fluidez e para que as próprias contas não fechem o dia com saldo negativo.



e) Emissor do dinheiro

O BC gerencia o meio circulante, que nada mais é do que garantir, para a população, o fornecimento adequado de dinheiro em espécie.

f) As atividades de comunicação

O exercício das funções acima obedece ao princípio constitucional da publicidade dos atos e fatos da administração pública. Para tanto, é necessário que todas as áreas do Banco Central estejam imbuídas do propósito de dar a maior transparência possível à sua atuação, ressalvadas as informações que precisam ser mantidas em sigilo para o cumprimento dos objetivos do BC. Note-se que o conceito de transparência vai além de “não esconder”: é preciso atuar para disseminar as informações.

Embora não seja uma função clássica de Banco Central, a comunicação social constitui-se num conjunto de atividades que beneficiam o cumprimento das funções do BC, dando transparência à sua atuação e levando à população em geral e a segmentos específicos, como o Congresso, outros órgãos e imprensa, informação sobre o papel do Banco Central na sociedade. A comunicação atua, também, no sentido de promover a própria integração dos diversos setores e servidores do BC, ampliando internamente a transparência e a consciência sobre a missão do órgão, o que desenvolve a motivação, o comprometimento e a capacidade profissional de seus quadros.

2. SOBRE A COMUNICAÇÃO

2.1. TENDÊNCIAS NA COMUNICAÇÃO DOS BANCOS CENTRAIS MODERNOS

Os bancos centrais estão incorporando em seus procedimentos de comunicação os seguintes desafios:

1. valer-se da comunicação social como instrumento para viabilizar a política monetária e as demais funções de banco central, já que a estabilidade do poder de compra da moeda está intimamente relacionada com as expectativas dos agentes econômicos;
2. cumprir plenamente o dever de prestar contas à sociedade;
3. desenvolver mecanismos para se tornar conhecido pelo grande público e se fazer entendido pela população, estabelecendo canais de comunicação acessíveis aos cidadãos;
4. conquistar credibilidade e confiança para obter apoio popular e dos agentes econômicos;
5. lidar com a informação em tempo real, o que inclui comunicar-se tempestivamente;
6. alinhar autonomia com transparência.



2.2. A COMUNICAÇÃO DO BANCO CENTRAL DO BRASIL

Todos queremos juros baixos duradouros, serviços financeiros melhores e a participação de todos no mercado. É o que o Banco Central chama de democratização financeira. Para isso, o BC mantém a Agenda BC#, uma pauta de trabalho centrada na evolução tecnológica para desenvolver questões estruturais do sistema financeiro.

A Agenda BC# reformula o projeto iniciado em 2016 pela Agenda BC+, acrescentando novas dimensões e fortalecendo as dimensões anteriores. Além de buscar a queda no custo do crédito, a modernização da lei e a eficiência no sistema, o BC mira a inclusão, a competitividade, a transparência e a sustentabilidade. O projeto de educação financeira, que o BC discute há pelo menos dez anos em fóruns temáticos, está mantido e repaginado.

A Agenda BC# foca em cinco aspectos:

INCLUSÃO

Facilidade de acesso ao mercado para todos: pequenos e grandes, investidores e tomadores, nacionais e estrangeiros.

COMPETITIVIDADE

Adequada precificação por meio de instrumentos de acesso competitivo aos mercados.

TRANSPARÊNCIA

No processo de formação de preço e nas informações de mercado e do BC.

EDUCAÇÃO

Conscientização do cidadão para que todos participem do mercado e cultivem o hábito de poupar.

SUSTENTABILIDADE

Alocação de recursos direcionada para o desenvolvimento de uma economia mais sustentável, dinâmica e moderna.

A comunicação do Banco Central busca dar transparência e visibilidade às cinco dimensões da Agenda BC#, estreitando as relações do Banco com a sociedade em geral e com públicos específicos, além de promover educação financeira e gerenciar expectativas de mercado.



3. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

3.1. CONTEXTO

Em 2019, o Banco Central (BC) iniciou a implementação do piloto do **Programa Aprender Valor**, um programa desenvolvido pelo Banco Central com o objetivo de levar a educação financeira para as crianças e adolescentes matriculados nas escolas públicas de ensino fundamental do país. O programa é executado pelo BC, com o patrocínio financeiro do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos.

A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) incluiu, em dezembro de 2017, a educação financeira entre os temas transversais que deverão constar nos currículos de todo o Brasil. Isso trouxe, para as escolas, o desafio de elaborar, executar e avaliar projetos transversais, mobilizando profissionais que atuam em diversas áreas do conhecimento e inserindo, nas rotinas escolares, a gestão de projetos dessa natureza. Foi justamente para enfrentar esse desafio que o Banco Central propôs o desenvolvimento do programa **Aprender Valor**.

Para viabilizar a execução, a avaliação e o monitoramento do programa em cada escola, o Banco Central estabeleceu uma parceria com o Centro de Políticas Públicas e Avaliação da Educação da Universidade Federal de Juiz de Fora (CAEd/UFJF). No âmbito dessa parceria, o CAEd/UFJF desenvolveu uma plataforma de Avaliação e Monitoramento que permite aos gestores de rede e das escolas, bem como aos professores do Ensino Fundamental, o acesso a um conjunto de recursos e ferramentas para auxiliá-los na implementação e na execução de todas as ações previstas para o programa.

Além disso, são disponibilizados Recursos Educacionais voltados para o desenvolvimento profissional dos gestores escolares e professores, assim como um conjunto de projetos escolares compostos por sequências didáticas com Educação Financeira, que deverão ser desenvolvidos de forma transversal e integrada aos componentes curriculares obrigatórios.

O **Aprender Valor** se desenvolve em parceria com as Secretarias Estaduais e Municipais de Educação, com apoio do Conselho Nacional de Secretários de Educação (Consed) e da União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime) e de suas seccionais. Para tornar esse sonho realidade contamos, claro, com a intensa participação de gestores de escolas, professores, secretários de educação e com os demais profissionais das redes de ensino.

Quais são as principais vantagens do programa Aprender Valor?

- Abordagem do tema educação financeira como propõe a BNCC.
- Projetos escolares com educação financeira integrada às diferentes disciplinas, para os nove anos do ensino fundamental.
- Formação *on-line* para professores, visando a implementação do **Aprender Valor** em sala de aula.
- Formação *on-line* para gestores, com ênfase na gestão da aprendizagem, no trabalho colaborativo e na implementação de projetos escolares em educação financeira.
- Oportunidade para que diretores e professores possam aprimorar a gestão de seus recursos financeiros, ter condições mais favoráveis para aumentar seus níveis de poupança e melhorar seus investimentos.



- Desenvolvimento de competências e habilidades de educação financeira, que são essenciais para a vida adulta dos estudantes e tornam os conteúdos curriculares mais interessantes, a partir de aulas práticas e de acordo com cada ano de escolaridade do ensino fundamental.
- Reconhecimento do engajamento e dos bons resultados alcançados pelas escolas que participarem do projeto piloto, por meio da entrega de um prêmio no final do ano.

Possíveis barreiras para aderir e executar todas as etapas do Aprender Valor

A primeira barreira é de ordem institucional, pois é preciso que haja uma dupla adesão: a unidade federativa ou o município, no caso de rede municipal, representada por seu secretário de educação, deve fazer a adesão formal ao programa; e o diretor da escola desta unidade federativa ou município também devem fazer a adesão de sua escola. No caso dos estados, a primeira adesão é feita por meio da assinatura de um Acordo de Cooperação Técnica (ACT). O contato é feito diretamente entre a Diretoria de Relacionamento, Cidadania e Supervisão de Conduta do Banco Central e a Secretaria Estadual de Educação (Seduc) do estado a ser abordado. No caso do piloto, em um dos estados houve resistência por parte do governo estadual, e o ACT abrangendo apenas escolas de redes municipais foi assinado com um representante da União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação, organização da sociedade civil parceira do programa **Aprender Valor**. Nesse sentido, uma maior visibilidade do Programa poderia facilitar o processo de adesão. A segunda adesão é feita pelo diretor da escola interessada, já dentro da plataforma do programa.

A segunda barreira é de ordem operacional, devido à grande capilaridade do programa. Atualmente, o **Aprender Valor** já está presente em 6 unidades da federação, com a participação de 750 escolas no piloto, e se prepara para sua expansão nacional que terá início ao longo de 2021. Com isso, espera-se que um número muito maior de escolas e profissionais de educação, entre diretores, técnicos e professores, cumpram as diversas etapas e ações para implementar o conteúdo de educação financeira em suas escolas. Por exemplo, os diretores das escolas participantes deverão fazer o cadastro dos professores e dos alunos, além da alocação dos alunos nas diferentes turmas, lembrando que todos os alunos do ensino fundamental, do 1º ao 9º ano, são o público final do programa. Essas e outras etapas, hoje, são coordenadas de forma indireta pelo BC, que não possui um canal direto de comunicação com as escolas. O canal existente com coordenadores das UFs indicados para atuação no programa, que estão na linha de frente, ocorre majoritariamente pela redistribuição de mensagens pelo WhatsApp. Nesse caso, o BC distribui os materiais de comunicação (mensagens, avisos, convites) aos coordenadores estaduais, que replicam o conteúdo aos seus contatos, e assim por diante. Nesse ponto, uma ampla divulgação das etapas-chaves para a execução do programa facilitariam respostas positivas e atentas à comunicação mais administrativa do programa.

A terceira maior barreira é o engajamento do público executor do programa: diretores, técnicos e professores. Eles precisam ficar atentos a uma série de datas e ações, de modo a percorrer todo o trajeto estipulado pelo programa, que passa por etapas de formação, implementação do conteúdo proposto de educação financeira, por meio da execução de projetos escolares, além de aplicar testes de entrada e saída com os alunos. Apesar de não envolver nenhum custo financeiro para as escolas – com exceção da impressão dos testes aplicados aos alunos – há um custo operacional que deve ser transposto pela equipe escolar. O contraponto a este custo operacional é o fato de que o programa **Aprender Valor** nada mais é do que um facilitador para que as escolas apliquem aquilo que a BNCC já determina. Para além disso, é fundamental reforçar o impacto positivo que o programa **Aprender Valor** pode ter para as famílias e para o futuro dos alunos de ensino fundamental que participarem das atividades propostas.



Fluxo de comunicação atual

Hoje, o Banco Central, representado, neste programa, pela equipe gestora do programa Aprender Valor, não fala diretamente com diretores ou professores de escolas. No momento em que a unidade federativa assina o termo de adesão ao programa, é criado um grupo de trabalho no WhatsApp (aplicativo de mensagens) com os coordenadores estaduais do programa Aprender valor, formado por um representante da Seduc e um representante da Undime. Hoje a maioria da comunicação tem ocorrido por meio daquele aplicativo de mensagens. E-mails são enviados apenas para formalização da comunicação feita no aplicativo de mensagens ou para compartilhamento de relatórios adicionais de monitoramento.

Outro recurso que tem sido usado com frequência são eventos ao vivo no canal do Banco Central no Youtube. São eventos não-listados (só visíveis para quem tiver o *link* de acesso) para apresentar detalhes do programa e abrir espaço para que os participantes tirem dúvidas. Esse é um momento de interlocução direta com o Banco Central, que responde às perguntas e se manifesta através do *chat* aberto no próprio canal.

Dois novos canais diretos de comunicação com as equipes escolares estão sendo estudados internamente: o Telegram (aplicativo de mensagem) e o e-Goi (ferramenta de automatização de envio de e-mails e SMS). Esses recursos, aliados às informações disponíveis na base de dados da plataforma de formação do programa Aprender Valor, poderão ser considerados em futuras ações de comunicação.

Outras informações estão disponíveis no site do programa **Aprender Valor**

<https://aprendervalue.caeddigital.net/#!/pagina-inicial>

4. – OBJETIVOS

4.1 – OBJETIVO GERAL

Incentivar a adesão ao programa Aprender Valor para redes estaduais e municipais de educação, além de professores e diretores de escolas de ensino fundamental do todo o Brasil, e divulgar a iniciativa para a sociedade.

4.2 – OBJETIVOS SECUNDÁRIOS

- a) Destacar as vantagens de participar do Programa (**formação** para diretores e professores aprimorarem a gestão de seus próprios recursos financeiros e **projetos escolares** com educação financeira integrada às diferentes disciplinas prontos para serem aplicados)
- b) Sensibilizar famílias e comunidades escolares de ensino fundamental, para que incentivem a participação de suas escolas.
- c) Aumentar o nível de interesse dos cidadãos brasileiros sobre educação financeira e seus impactos positivos no futuro das famílias e da sociedade como um todo.



5. – PÚBLICO-ALVO

- a) Primário: professores e diretores das mais de cem mil escolas públicas de ensino fundamental de todo o Brasil. Homens e mulheres. Mensagens principais: benefícios da Educação Financeira para os estudantes, formação *on-line* gratuita em educação financeira, conteúdo escolar alinhado à BNCC.
- b) Secundários:
- Famílias e comunidades escolares de ensino fundamental de todo o Brasil. Famílias dos mais de 22 milhões de estudantes de ensino fundamental de escolas públicas. Homens e mulheres, classes B, C, D e E, entre 25 e 55 anos. Mensagens principais: importância da educação financeira para o futuro de crianças e adolescentes; educação financeira gratuita já inserida no horário da escola, com possíveis reflexos positivos no orçamento doméstico.
 - Sociedade brasileira, homens e mulheres, classe A, B, C, todo o Brasil. Mensagem principal: existência do Programa Aprender Valor, importância da educação financeira para a construção de um sistema financeiro mais sólido e competitivo.

6. – PERÍODO

Tendo em vista as informações supracitadas, a licitante deve analisar e indicar o período e frequência de realização da campanha publicitária que considere pertinente para o alcance dos objetivos, com base no investimento disponível. O período de adesão nacional ao programa Aprender Valor, para efeitos de exercício do presente edital, pode ser considerado de 1º a 30 de novembro de 2021.

7. – VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e ou distribuição da campanha de que trata o Anexo 1 do Edital, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões).

8. – PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

O universo da Educação Financeira extrapola o programa Aprender Valor, e o conhecimento que vem sendo construído nessa seara pode ser coletado em diferentes fontes. Abaixo, alguns insumos que podem auxiliar no processo de pesquisa sobre o assunto.

Artigo “Educação Financeira nas Escolas: Desafios e Caminhos

https://www.bcb.gov.br/Nor/relcidfin/docs/art8_educacao_finanaceira_escolas.pdf

Portal Cidadania Financeira

<https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira>

Painel da Educação Básica MEC



<https://labtime.ufg.br/painel-educacao-basica-mec/index.html>

Pesquisa Undime sobre volta às aulas

http://undime.org.br/uploads/documentos/phpb9nCNP_6048f0cf083f8.pdf

Dimensões do diálogo: como minimizar os impactos da pandemia de COVID-19 na aprendizagem escolar?

https://undime.org.br/uploads/documentos/phpwPkbOo_601c1e657eee7.pdf

Pisa 2018 – Portal INEP

<https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/avaliacao-e-exames-educacionais/pisa/resultados>

<https://valorinveste.globo.com/educacao-financeira/noticia/2020/05/07/brasil-e-o-4o-pior-pais-do-mundo-em-competencia-financeira-de-jovens-mostra-pisa.ghml>

<http://www.consed.org.br/>

<https://undime.org.br/>

<http://fundacaocaed.org.br/#!/pagina-inicial>

9. – RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

O BC dispõe de um sistema de comunicação que permite a difusão de informações a seus diversos públicos. Esse sistema envolve as seguintes áreas: assessoria de imprensa, editoração e identidade visual, publicidade, relações políticas e governamentais, relações públicas internas e externas, pesquisa e avaliação, atividades culturais e educacionais e atendimento ao cidadão. Os recursos de que essas áreas dispõem para desenvolver suas atividades são:

a) Site na internet

Com versões em português e inglês, a página do Banco na internet (www.bcb.gov.br) foi recentemente reestruturada para oferecer serviços de maneira mais intuitiva e responsiva ao cidadão. O espaço traz informações sobre a Instituição e sobre o SFN; dados econômicos e financeiros do Brasil, cotação do dólar e de outras moedas; informações sobre consórcios; serviços ao cidadão, como reclamações e dúvidas mais frequentes; tarifas bancárias; taxa; cédulas e moedas; séries temporais (índices de diversos períodos da atividade econômica brasileira); notas técnicas; câmbios; entre outras.

b) Mídias sociais

O BC está presente nas redes sociais, trabalhando de forma segmentada e customizada para o público-alvo em cada uma dela, conforme detalhamento abaixo:

- Twitter (408.638 seguidores em março/2021): envio de mensagens de utilidade pública e em tempo real;
- Facebook (166.429 seguidores em março/2021): envio de mensagens com linguagem



mais acessível para o grande público, trazendo mais atratividade aos assuntos do Banco Central;

- LinkedIn (*272.547 seguidores em março/2021*): envio de mensagens com temas profissionais, mais técnicos;
- Instagram (*184.459 seguidores em março/2021*): publicação de fotos, gráficos e vídeos curtos (stories) para promover campanhas de utilidade pública ou apresentar informações técnicas em linguagem mais informal;
- YouTube (*46.216 seguidores em março/2021*): frequentemente utilizado para divulgação de entrevistas coletivas, vídeos produzidos internamente e de conteúdo relevante, e campanhas de publicidade. Também utilizada para transmissões ao vivo, com projetos em andamento para ampliar a atratividade e a interatividade do canal;
- Flickr: publicação de fotos de autoridades, instalações e eventos para uso irrestrito internamente, para jornalistas ou qualquer cidadão interessado;
- Telegram: apesar de ser um aplicativo de distribuição de mensagens, a ferramenta trabalha com o conceito de canal, muito semelhante às redes sociais, onde as pessoas podem aderir ao canal livremente. O canal oficial do Banco Central foi ao ar dia 19 de maio de 2021 e já possui 3.297 inscritos (*julho/2021*)

c) Comunicação Interna

Notícias e informações afetas ao negócio do Banco Central ou ao dia a dia dos servidores e colaboradores são divulgadas internamente. As estratégias de comunicação interna envolvem, entre outros, envio de e-mails marketing, publicação de mensagens de alerta nas estações de trabalho, utilização de totens eletrônicos, realização de eventos internos, com possibilidade de transmissão para todas as regionais, além de vídeos institucionais e tutoriais produzidos internamente.

Duas grandes novidades em 2019 marcaram a comunicação interna. Em junho, foi criada uma rede interna de distribuição de mensagens pelo **WhatsApp**, com o objetivo de integrar os colaboradores e alcançar públicos que não tenham acesso à intranet do Banco. A prioridade é o envio de mensagens institucionais, avisos e campanhas de utilidade pública. Em dezembro, foi implantada a **Rede Interna de Televisão (RIT)**, com televisores instalados estrategicamente em pontos de grande circulação no edifício sede do Banco Central, em Brasília, para apoiar a divulgação de assuntos relevantes ao público interno, com uso de fotografias e vídeos curtos. A iniciativa teve ótima receptividade e será expandida para as regionais ainda em 2021.

d) Divisão de Atendimento ao Público

Estabelece canais diretos de atendimento com o cidadão, como solicitações de informações sobre assuntos de responsabilidade do Banco Central e registro de reclamações contra instituições financeiras. Há ainda a ouvidoria, para elogios, sugestões e reclamações sobre o BC ou denúncias contra servidores. É possível fazer contato por telefone (145), pessoalmente, em Brasília, por correspondência e por internet.

e) Museu de Valores

O museu possui uma vasta coleção de moedas, cédulas brasileiras e estrangeiras, além de outros



documentos e objetos que exprimem valores monetários. No espaço, há exposições permanentes e temporários, além de um espaço cultural para exposições temporárias de artistas plásticos locais. Como medida preventiva para evitar a propagação do coronavírus, tanto a Galeria de Arte e o Museu de Valores, localizados no Edifício Sede do Banco Central em Brasília, estão fechados por tempo indeterminado. Em contrapartida, em 30 de março de 2021 foi disponibilizado o Tour Virtual do Museu (<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/museu/tourvirtual/>), que permite a visita à distância. Para 2023, o espaço será reestruturado e dará lugar ao 1º Museu de Economia da América do Sul, que trará ferramentas museológicas mais modernas e interativas com ênfase em educação financeira.

f) Agenda BC # Educação

A dimensão Educação da Agenda BC # almeja conscientizar o cidadão para que todos participem do mercado e cultivem o hábito de poupar. Nesse sentido, é chave a participação de agentes de mercado, como cooperativas e distribuidores de microcrédito.

Para atingir alta capilaridade, a dimensão prossegue também no esforço de plena implementação da Base Nacional Comum Curricular, em que consta a educação financeira como conteúdo programático elegível para escolas – objetivo do Programa Aprender Valor

A agenda também tem como objetivo disseminar conhecimentos econômico-financeiros, de forma a criar condições para que a sociedade possa compreender o papel do BCB e dos agentes financeiros (cidadaniafinanceira.bcb.gov.br).

10. – ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

- a) Em 2010: lançamento da Segunda Família do Real – Campanha de apresentação da nova família de cédulas, com foco nas cédulas de 100 e 50 reais. As novas cédulas apresentam tamanhos diferentes e elementos de segurança mais modernos. O foco da ação de comunicação foi apresentar as novidades dessa família e estimular o hábito de conferência do dinheiro. A principal peça de comunicação foi o cartaz, que vinha como um encarte nos jornais de todo o país trazendo informações sobre os elementos de segurança das duas novas cédulas. Esses cartazes foram afixados em diversos tipos de comércio, iniciativa dos próprios comerciantes. Foi uma ação de grande sucesso, usando o slogan “Veja, Sinta e Descubra”.
- b) Em 2011: campanha de reforço do lançamento das cédulas de 100 e 50 reais da Segunda Família do Real. Como as cédulas de 20 e 10 reais não foram lançadas em 2011, optou-se por realizar campanha de reforço das novas notas de 100 e 50 reais, com enfoque maior nos elementos de segurança e na necessidade de o cidadão conferir a autenticidade do seu dinheiro. Mais uma vez, o cartaz foi utilizado da mesma forma. A novidade da campanha era o uso de redes sociais, que não se mostrou eficaz da forma como foi realizado. O conceito e o aspecto estético eram os mesmos da campanha anterior de 2010.
- c) Em 2012: lançamento das notas de 20 e 10 reais da Segunda Família do Real – Campanha de divulgação das novas notas de 20 e 10 reais, que, bem como as de 100 e 50 reais, apresentam elementos de segurança inéditos e mais modernos. Seguindo estratégia adotada desde 2010, a



campanha também objetivou o estímulo à conferência do dinheiro com o mesmo slogan (Veja, Sinta e Descubra). A estratégia de cartazes para o comércio foi utilizada novamente. Houve uma atualização do hot site, mas as redes sociais foram descartadas do plano, devido ao fraco desempenho de 2011. Apesar do caráter visual da campanha, o meio Rádio foi incluído a fim de aumentar a capilaridade da estratégia.

- d) Em 2013: lançamento das notas de 5 e 2 reais da Segunda Família do Real – Campanha de divulgação das novas notas de 5 e 2 reais, que, bem como todas as outras já lançadas então. A campanha encerrou o ciclo de lançamento da Segunda Família. A estratégia foi a mesma definida em 2010.
- e) Ainda em 2013, foi realizada uma campanha para turistas estrangeiros informando sobre a presença de duas Famílias de Cédulas. Foi criado um hot site e usou-se folhetos em táxis, além de mídia de aeroporto na tentativa de atingir o público da Jornada Mundial da Juventude e da Copa das Confederações.
- f) Em 2017, o BC realizou campanha 100% online utilizando-se das mídias sociais (Facebook e Twitter). O tema da campanha foi circulação de moedas, cuja mensagem principal combatia o entesouramento e a falta de troco no comércio.
- g) Em 2020, o BC realizou, em parceria com a Secom, duas grandes campanhas publicitárias: Campanha da nova cédula de 200 reais e Campanha de lançamento do Pix. As campanhas foram realizadas por agências publicitárias contratadas pela Secom, com veiculações em mídia televisiva e impulsionamentos de mídia *on-line*, entrou outros. O destaque está para vídeos exclusivos para o WhatsApp, com o intuito de “viralizar”.

A página <https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/publicidade> contém informações sobre as despesas com publicidade realizadas atualmente pelo Banco Central.



**- ANEXO II –
MODELO DE PROCURAÇÃO**

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 72/2020 – Alterado I**.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Local e data.

**nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais**



**- ANEXO III –
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão Especial de Licitação

Referente Concorrência nº 72/2020 – Alterado I – BANCO CENTRAL DO BRASIL

1. Preços sujeitos a valoração

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

a) desconto, a ser concedido ao BACEN, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do DISTRITO FEDERAL, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (por cento);

b) honorários, a serem cobrados do BACEN, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (por cento);

c) honorários, a serem cobrados do BACEN, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:
.....%
(por cento);

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

ii) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do BACEN, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com



novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (..... por cento)

- 1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

- 2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV).
- 2.2 Estamos cientes de que o BACEN procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 2.3 Comprometemo-nos a enviar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao BACEN todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.
- 2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do BACEN, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo IV).
- 2.5 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

Local e data

nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais



BANCO CENTRAL DO BRASIL

70

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

- ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO

TERMO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA, QUE, ENTRE SI, FIRMAM O BANCO CENTRAL DO BRASIL E A (nome da empresa), NA FORMA ABAIXO.

O BANCO CENTRAL DO BRASIL, autarquia federal criada pela Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, com sede em Brasília (se for o caso, colocar: “e representação regional em”), inscrito no CNPJ 00.038.166/ (citar o código da praça), doravante denominado simplesmente BANCO CENTRAL, neste ato representado por (informar o nome, função da Unidade/Componente, se for o caso), de acordo com a atribuição que lhe confere o artigo (citar o número) do Regimento Interno (substituir pela expressão ADM quando a autoridade que firmar for chefe de subunidade ou coordenador/ citar portaria de delegação de competência) e a (nome da empresa), com sede em (endereço), inscrita no CNPJ nº XXX, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada por (nome), portador(a) da carteira de identidade nº (número e órgão emissor), e do CPF (número), conforme autorização constante do processo 144870 e com base na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, na Instrução Normativa nº 3 da Secretaria- Geral da Presidência da República, de 20 de abril de 2018, e legislação complementar, bem como nas cláusulas e condições seguintes, firmam o presente instrumento de contrato, do qual fazem parte, como peças integrantes:

I – Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I, de 13 de julho de 2021;

II – Propostas Técnica e de Preço da CONTRATADA, de (data por extenso);

III – Declaração (Anexo V) para fins de contratação.

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 8.666/1993.

1.1.1 Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555/2008, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002, <se o Contratante utilizar o SICAF, acrescentar:> do Decreto nº 3.722/2001, da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018 e as Instruções Normativas SECOM.

1.2 Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I, seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1 Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade de utilidade pública para o Banco Central do Brasil, por intermédio de agência de propaganda, 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 e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, 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, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2 O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

22.5.1.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2 A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.



2.3 A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, compreendendo o período de **XXXX a XXXX (datas por extenso)**.

3.1.1 A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº 72/2020 – Alterado I, que deu origem a este instrumento, está estimado em **R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2 Os recursos do contrato têm a seguinte identificação orçamentária:

Código Orçamentário	71.39.1.001-6
Natureza de Despesa	3939.06-8
Nota de Empenho	2021/90555

4.3 Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1 Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2 A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5 No interesse da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.



CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. 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 as condições previamente acordadas.

5.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 01 (um) Diretor Geral: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em gestão de equipes;
- b) 01 (um) profissional de Atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na função;
- c) 02 (dois) profissionais de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, em atendimento de publicidade;
- d) 01 (um) profissional de planejamento e pesquisa: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em planejamento de comunicação e marketing;
- e) 01 (um) profissional de Criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na direção de criação publicitária;
- f) 01 (uma) dupla de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 02 (dois) anos na criação/redação publicitária para meios impressos, eletrônicos e digitais;
- g) 02 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 02 (dois) anos, em produção;
- h) 01 (um) profissional de Mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, em planejamento e execução de mídia;
- i) 03 (três) profissionais de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada de no mínimo 02 (dois) anos em planejamento e execução de mídia



impressa, eletrônica e digital.

5.1.3 Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.1.4 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem à **CONTRATANTE** todas 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 espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **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.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, 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 da **CONTRATANTE**.

5.1.6 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente



cadastros no Sistema de Referências de Custos (SIREF), mantido pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Secretaria Geral da Presidência da República, de que trata o art. 20 da Instrução Normativa SECOM nº 2/2018, aptos a fornecer à **CONTRATADA** bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados cadastrados no SIREF que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no 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;

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

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

5.1.7.2 A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4 Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.



5.1.7.5 A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6 Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7 As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II – algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.9.1.2 Quando da programação de veículo de divulgação *on-line*, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.

5.1.10 Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, 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.



5.1.11 Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, 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.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

5.1.11.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.2 Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1 As peças poderão ser agrupadas em um mesmo dispositivo móvel (Pen Drive, HD Externo, DVD), caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.1.15 Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a



CONTRATADA, 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.

5.1.16.1 O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE** após sua realização.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a **CONTRATANTE** solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.19 Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.22 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.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 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.



5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.1.28.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.29 Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

5.1.30 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 a **CONTRATANTE**.

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.32 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.33 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE



6.1 Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;
- b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

6.2 A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3 A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A **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 solicitado ou especificado.

7.1.1 Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a **CONTRATADA**, objetivando sua imediata correção.

7.2 A fiscalização pela **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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



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

7.5 A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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

7.7 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.

7.8 A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

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

7.10 A **CONTRATANTE** avaliará os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1 A avaliação será considerada pela **CONTRATANTE** para: apurar a necessidade de solicitar da **CONTRATADA** correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela **CONTRATADA**, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1.1% (. por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal – Sinapro/DF, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação,



nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.1.2 Os *layouts*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

8.1.1.3 A **CONTRATADA** se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal – Sinapro/DF, e com os preços correspondentes a serem cobrados da **CONTRATANTE**, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.2 Honorários de% (. por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3 Honorários de% (. por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes:

I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;

II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III) à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1 Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4 Honorários de% (. por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3 A **CONTRATADA** não fará jus:



a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4 Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente 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.

9.2 A **CONTRATADA** repassará à **CONTRATANTE** 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1 Nas veiculações realizadas no exterior, a **CONTRATADA** apresentará, juntamente



com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1 Se a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à **CONTRATANTE** o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1 A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo da **CONTRATANTE**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, a **CONTRATADA** solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**.

10.2.1 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 dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela **CONTRATANTE**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela **CONTRATANTE** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o



percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), publicado pelo IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 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 pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), publicado pelo IBGE, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens

10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela **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.

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

10.4 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços 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, nos orçamentos de produção aprovados pela **CONTRATANTE**, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba à **CONTRATANTE** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a **CONTRATANTE** poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;



III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1 Se a **CONTRATANTE** pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6 A **CONTRATANTE** poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

*I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da **CONTRATANTE**, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;*

*II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da **CONTRATANTE**;*

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE**.

11.1.2 O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.

11.1.3 As notas fiscais emitidas pela **CONTRATADA** devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da



CONTRATADA:

I – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela **CONTRATADA**, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1 Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2 É da responsabilidade da **CONTRATADA** observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à **CONTRATANTE**.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 10 (dez) dias úteis após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5 No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a **CONTRATADA** fica obrigada a apresentar, sem ônus para a **CONTRATANTE**, os seguintes

comprovantes: I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a **CONTRATANTE**, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a



impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a **CONTRATADA** deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea ‘a’, a **CONTRATADA** poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea ‘a’ deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas na alínea ‘a’ deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘a1’ deste subitem, a **CONTRATADA** poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) 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, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11.

11.5.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela **CONTRATANTE**, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da **CONTRATADA**, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1 Se a **CONTRATADA** não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.7 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a **CONTRATANTE**, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8 No caso de eventual falta de pagamento pela **CONTRATANTE** nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da **CONTRATADA**, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP, \text{ na qual:}$$

□□IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

□□AF: Atualização financeira;



☐ ☐ VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

☐ ☐ N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.7.2 Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela **CONTRATADA** relativo aos os bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.7.3 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da **CONTRATADA**, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8 A **CONTRATANTE** não pagará nenhum compromisso, assumido pela **CONTRATADA**, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9 Cabe à **CONTRATADA** efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da **CONTRATANTE**, pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A **CONTRATADA** informará à **CONTRATANTE** os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela **CONTRATANTE** e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela **CONTRATANTE**, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da **CONTRATANTE**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA**, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da **CONTRATANTE**, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**.

11.10.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a **CONTRATANTE**, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a **CONTRATANTE** poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela **CONTRATADA**, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.



11.10.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.11 A **CONTRATANTE**, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1 A **CONTRATADA**, no prazo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do inciso III do subitem 13.5.1 da Cláusula Décima Terceira.

12.1.3 O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666/1993, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2 Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:

- ☐ caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- ☐ seguro-garantia;
- ☐ fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

12.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a **CONTRATANTE** como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo



penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à **CONTRATADA**.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da **CONTRATADA** – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à **CONTRATANTE**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

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

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas, moratórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e



IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1 A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

12.7.2 O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo BACEN com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções à **CONTRATADA**.

12.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da **CONTRATANTE**.

12.9 Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a **CONTRATADA** deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.11 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a **CONTRATADA** se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, contados da data do recebimento da notificação da **CONTRATANTE**.

12.12 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.13 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à **CONTRATANTE** no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.14 A garantia, ou seu saldo, somente será liberada ante comprovação de que a **CONTRATADA** pagou todas as verbas rescisórias trabalhistas decorrentes da contratação.

12.15 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a **CONTRATANTE**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.15.1 Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa



aceita pela **CONTRATANTE**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – Advertência;

II – Multa de mora e multa compensatória;

III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a Administração por até 02 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.1.3 As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF pela **CONTRATANTE**.

13.1.3.1 A **CONTRATANTE** comunicará, por escrito, à **CONTRATADA** que a sanção foi registrada no SICAF.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - a advertência e as multas serão aplicadas pelo Chefe Adjunto do Demap;

II - caberá ao Chefe do Demap aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de licitar e contratar com a Administração;

III – A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública é proposta pelo Chefe do Departamento de Infraestrutura e Gestão Patrimonial – Demap, por intermédio do Diretor de Administração, ao Ministro de Estado Presidente do Banco Central do Brasil - BACEN.

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da **CONTRATANTE**, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 A falha na execução contratual restará configurada quando:



BANCO CENTRAL DO BRASIL

95

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

13.3.1.1 A **CONTRATADA** cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.3.1.2 Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.3.1.1, a **CONTRATANTE** poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Correspondência
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato.

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1.	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Alta	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório,	Baixa	Por ocorrência.



BANCO CENTRAL DO BRASIL

96

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

	sucursal ou filial.		
3.	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE .	Gra ve	Semestral
4.	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Lev e	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE .	Lev e	Por ocorrência
6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Gra ve	Por ocorrência.
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Méd ia	Por ocorrência.
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE .	Gra ve	Por ocorrência.
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Gra ve	Por ocorrência
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE	Méd ia	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Gra ve	Por ocorrência



BANCO CENTRAL DO BRASIL

97

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

12.	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Gra ve	Por ocorrência
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE .	Gra ve	Por ocorrência.
14.	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Gra ve	Por ocorrência.
15.	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Gra ve	Por ocorrência.
16.	Sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE , preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Gra ve	Por ocorrência.
17.	Não negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos estabelecidos neste contrato, 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 da CONTRATANTE .	Gra ve	Por ocorrência.
18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial)	Gra ve	Por ocorrência.
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da	Gra ve	Por ocorrência.



BANCO CENTRAL DO BRASIL

98

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

	CONTRATANTE.		
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdo ou atividades ilegais.	Leve	Por ocorrência.
21.	Não apresentar à CONTRATANTE , para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Média	Por ocorrência.
22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência.
23.	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência.
24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE , sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve	Por ocorrência.
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quais quer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE .	Grave	Por ocorrência



BANCO CENTRAL DO BRASIL

99

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE .	Méd ia	Por ocorrência.
28.	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Gra ve	Por ocorrência.
29.	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA .	Gra ve	Por ocorrência
30.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Gra ve	Por ocorrência
31.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Méd ia	Por ocorrência.
32.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Gra ve	Por ocorrência
33.	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Gra ve	Semestral
34.	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE , a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Lev e	Por ocorrência
35.	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Gra ve	Por ocorrência
	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência		



BANCO CENTRAL DO BRASIL

100

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

36.	Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.	Grave	Por ocorrência.
37.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve	Semestral

13.3.1.2.1 As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 11.1.

13.3.2 No ato de advertência, a **CONTRATANTE** estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a **CONTRATADA** à multa de:

I - de 0,25% (vinte e cinco centésimos por cento) por dia de atraso, até o limite de 5% (cinco por cento), sobre o valor do documento de cobrança correspondente à obrigação em atraso, na primeira ocorrência;

II - de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso, até o limite de 10% (dez por cento), sobre o valor do documento de cobrança correspondente à obrigação em atraso, em caso de reincidência.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da **CONTRATANTE**.

13.4.3 A **CONTRATADA** estará sujeita à multa

compensatória de: I - 5% (cinco por cento), calculada sobre:

a) o valor do contrato, quando:

1. não apresentar a documentação exigida para sua assinatura;

2. não apresentada a garantia estipulada no instrumento convocatório.



b) o valor da obrigação não cumprida, por interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização do BACEN.

II - 10% (dez por cento), calculada sobre:

a) o valor da obrigação não cumprida por inexecução parcial;

b) o valor total do instrumento contratual por inexecução total.

135 A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração poderá ser aplicada à **CONTRATADA** se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - de 1 (um) a 6 (seis) meses, caso a CONTRATADA:

- a) atrase no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, acarretando prejuízos ao BACEN;
- b) execute de forma insatisfatória o objeto deste contrato, se antes tiver sido aplicada sanção de advertência ou de multa;

II - de 7 (sete) meses a 2 (dois) anos, caso a CONTRATADA:

- a) não conclua os serviços contratados;
- b) execute os serviços em desacordo com as Especificações Básicas, não efetuando sua correção após solicitação do BACEN;
- c) cometa quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo ao BACEN, ensejando a rescisão do contrato por sua culpa;
- d) demonstre, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com o BACEN, em virtude de ilícitos praticados;
- e) pratique, na execução do contrato, ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666, de 1993;
- f) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- g) cometimento de quaisquer outras irregularidadesque acarretem prejuízo à **CONTRATANTE**, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- h) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;



- i) apresentação, à **CONTRATANTE**, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- j) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da **CONTRATANTE** após a assinatura deste contrato;
- k) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da **CONTRATANTE**.

136 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da **CONTRATANTE**, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à **CONTRATANTE** ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.6.1 A declaração de inidoneidade será aplicada à **CONTRATADA** se, entre outros casos:

I - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

II - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a **CONTRATANTE**, em virtude de atos ilícitos praticados;

III - reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da **CONTRATANTE**.

13.6.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da **CONTRATADA** de transacionar com a Administração, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir a **CONTRATANTE** pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

137 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.7.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, enviá-lo à instância superior, devidamente motivado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do



prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) a advertência e a multa: ao Chefe do Demap;
- b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração: à Diretora de Administração.

138 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a **CONTRATADA** por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

139 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da **CONTRATADA** por eventuais perdas e danos causados à **CONTRATANTE**.

1310 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da **CONTRATADA**.

13.10.1 O recolhimento das multas pode ser feito por meio de:

I - pagamento direto no Sistema de Gerenciamento de Multas - SGM, utilizando boleto bancário emitido pelo BACEN;

II - dedução nos pagamentos devidos pelo BACEN;

III - dedução na garantia contratual e, caso o valor da multa seja superior ao da garantia, desconto da diferença nos pagamentos devidos pelo BACEN;

IV - cobrança judicial.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a **CONTRATADA**:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) quebrar o sigilo profissional;
- c) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao



público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

d) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

e) der motivo à suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a **CONTRATANTE**, como consequência, venha a sofrer;

f) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

g) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

h) não mantiver suas condições de habilitação e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

i) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10, 11.10.1 e 11.10.2.1.

14.1.2 Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1 Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela **CONTRATANTE**.

14.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.2.1 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.3 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**, previstas no presente contrato.

14.4 Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA**, em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para a **CONTRATANTE**, e com a concordância desta, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.



14.4.1 A **CONTRATANTE** se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2 Em caso de cisão, a **CONTRATANTE** poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3 Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à **CONTRATANTE**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1 A não apresentação do comprovante em até 05 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 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.

15.2 É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela **CONTRATADA**, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na **CONTRATANTE**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

15.3 A **CONTRATANTE** providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas da **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da **CONTRATANTE** na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.



BANCO CENTRAL DO BRASIL

106

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

E por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento em 2 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Local e Data.

pelo BANCO CENTRAL

pela CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

pelo BANCO CENTRAL

Nome:

Matrícula:

pela CONTRATADA

Nome:

CPF:



BANCO CENTRAL DO BRASIL

110

Edital de Concorrência Demap nº 72/2020 – Alterado I
PE 144870

- ANEXO V – MODELO DE DECLARAÇÃO PARA FINS DE CONTRATAÇÃO

Empresa: _____ Endereço
completo: _____ CNPJ: _____

Telefone: _____ E-mail: _____ Contrato
original: _____ Data de assinatura: _____

Declaramos⁽¹⁾ sob as penas da lei, inclusive para efeito do disposto nos artigos 82 a 99 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que:

I. Integram o quadro societário da empresa, com poder de decisão⁽²⁾:

Nome	CPF	Cargo	Data Início

- II. Nenhum dirigente, gerente, sócio, responsável técnico ou empregado é diretor ou servidor do Banco Central do Brasil; (*Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, art. 9º, inciso III e §3º*)
- III. A empresa não aloca, à execução dos serviços, familiares (cônjuge, companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau) de servidor do Banco Central do Brasil que exerça cargo em comissão ou função de confiança; (*Decreto nº 7.203, de 4 de junho de 2010*)
- IV. A empresa não foi proibida de contratar com o Poder Público por condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, nem o foram seus dirigentes e sócios, e não contrata pessoas físicas ou jurídicas, dentro de sua cadeia produtiva, que constem de listas oficiais por infringir as regulamentações pertinentes; (*Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, art. 22, inciso III, e Decreto nº 6.514, de 22 de julho de 2008, art. 20, inciso V*)
- V. A empresa não foi condenada à suspensão ou interdição de suas atividades por atos lesivos à administração pública; (*Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, arts. 5º e 19*)
- VI. A empresa não foi proibida, na pessoa de seus dirigentes e sócios, de contratar com o Poder Público em razão de improbidade administrativa; (*Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, art. 12*)
- VII. A empresa não foi proibida pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade de participar de licitações junto à Administração Pública Federal, Estadual, Municipal e do Distrito Federal; (*Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, art. 38, inciso II*)
- VIII. Nenhum dirigente, gerente, sócio, responsável técnico ou empregado exerceu cargo no Banco Central do Brasil no período de 6 (seis) meses contados de sua dispensa, exoneração, destituição, demissão ou aposentadoria; (*Lei nº 12.813, de 16 de maio de 2013, art. 6º, inciso II, alínea “c”*)
- IX. Nenhum dirigente, gerente, sócio, responsável técnico ou empregado é agente público da ativa ao qual é vedado pagamento por serviços prestados, conforme previsto na Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO vigente nesta data.
2. Constituem exceções ao declarado nos incisos II a IX acima:



3. A empresa está ciente de que é de sua responsabilidade a certificação, junto aos dirigentes, empregados e pessoal vinculado a qualquer título, das condições de que tratam os incisos II a IX do item 1.
4. A empresa está ciente de que é de sua responsabilidade a adoção de medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais sob sua tutela de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito. (*Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, artigo 46 – Lei Geral de Proteção de Dados*).

Local e data

Identificação e assinatura do(s) declarante(s)⁽³⁾

Nome(s)

Importante:

- (1) Esta declaração deve ser encaminhada por ocasião da assinatura do contrato, de eventuais prorrogações contratuais e sempre que houver alteração em declaração anterior.
- (2) Nas prorrogações contratuais, encaminhar cópia do contrato social, caso tenha alterações em relação àquele encaminhado anteriormente ao Banco.
- (3) O(s) declarantes deve(m) ser integrante(s) do quadro societário relacionado no inciso I.



- ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE RESERVA DE CARGOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA OU PARA REABILITADO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

(identificação do licitante), inscrita no CNPJ nº (número do CNPJ do licitante), declara que, conforme disposto no art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, está ciente do cumprimento da reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social e que atende às regras de acessibilidade previstas na legislação.

(Local), em (data por extenso).

(representante legal do licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)



- ANEXO VII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(identificação completa do representante do licitante), como representante devidamente constituído de (identificação completa do licitante) doravante denominado (licitante), **declara**, sob as penas da lei, que a (licitante) cumpre os requisitos estabelecidos no art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, alterada pela Lei nº 11.488, de 15 de junho de 2007, em seu art. 34, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 ao 49 da referida Lei Complementar.

(Local), em (data por extenso).

(representante legal do licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)