

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº. 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

LICITAÇÃO BANPARÁ PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº. 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE, do tipo MELHOR TÉCNICA.

EDITAL

O BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ S/A, CNPJ (MF) nº 04.913.711/0001-08, daqui por diante denominada simplesmente BANPARÁ, leva ao conhecimento dos interessados que, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação - CPL, realizará licitação na modalidade tipo **Melhor Técnica**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, pelo regime de execução Contratação por Preço Unitário, sob a égide do Regulamento de Licitações e Contratos do BANPARÁ (RLC), da Lei nº 13.303/2016 e aplicação, de forma complementar, das Leis nº 12.232/2010, nº 4.680/1965, nº 12.846/2013, nº 8.666/1993, dos Decretos nº 57.690/1996, nº 4.563/2002, Lei Complementar nº 123/2006 e demais normas e regulamentos pertinentes, e as respectivas alterações, bem como as disposições fixadas neste Edital e em seus Anexos.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente Licitação é a contratação de 02 (duas) empresas especializadas (Agências de Propaganda) para a prestação de serviços de publicidade, em conformidade com as disposições deste Edital e de seus Anexos, que o integram e complementam:

ANEXO I	BRIEFING
ANEXO II	MODELO DE PROCURAÇÃO
ANEXO III	MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
ANEXO IV	DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MPE
ANEXO V	MINUTA DE CONTRATO

1.2. A presente licitação objetiva a Contratação de 02 (duas) empresas especializadas (Agências de Propaganda) para a prestação de serviços de Publicidade ao BANPARÁ, e, se necessário, às empresas que a integram e que venham a integrá-la em forma de conglomerado empresarial, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto:

1.2.1. O estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou informar o público em geral, no Brasil e no exterior.

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

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre resultados das campanhas realizadas;

b) à produção e execução técnica das peças e ou material e projetos publicitários criados pelas agências Contratadas;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias.

1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.3 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do BANPARÁ, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.5. Para fins desta licitação, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção, patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.6. 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.

1.7. A especificação do objeto, os requisitos exigidos, as obrigações específicas e as demais condições para a execução dos serviços constam da Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos como segue:

Data: 13/02/2020

Hora: 10h00

Local: Agência Empresarial situada na Rua Diogo Mória nº 156 - Umarizal – CEP: 66.055-171.

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

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

2.2. Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação - CPL.

2.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1. O Edital desta licitação estará disponível para download gratuito no site oficial do COMPRAS PARÁ, no endereço eletrônico www.compraspara.pa.gov.br, e no site institucional do Banpará, no endereço eletrônico www.banpara.b.br;

3.2. Na forma impressa, este Edital será fornecido mediante a comprovação do pagamento de taxa/emolumento no valor de R\$ 13,50 (treze reais e cinquenta centavos), conforme Lei Estadual nº 7.237/2008, que deve ser realizado no Banco do Estado do Pará (BANPARÁ), agência: 11, conta corrente: 800.02-6, CNPJ/MF nº 04.913.711/0011-80;

3.2.1. Realizado o pagamento o interessado, munido do comprovante de pagamento, fará a retirada do Edital diretamente na sala da Comissão Permanente de Licitação do BANPARÁ/PA, localizada na Av. Presidente Vargas, nº 251, 1º andar, no horário de 09h00 às 17h00

3.3. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial do Estado do Pará (DOEPA) e no endereço eletrônico citado no subitem 3.2.1., eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência;

4. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

4.1. Os pedidos de esclarecimentos/dúvidas necessários ao perfeito entendimento deste Edital deverão ser encaminhados por escrito à Comissão Permanente de Licitação - CPL para o endereço eletrônico cpl@banparanet.com.br, ou, ainda, para o endereço indicado no subitem 3.2.1, das 09h00 às 17h00 até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

4.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação - CPL até 3 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas.

4.1.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital. Os esclarecimentos também serão encaminhados aos respectivos consulentes.

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

4.2. 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 2.1.

5. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

5.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação - CPL:

I - o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas;

5.2. O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que, a juízo da licitante, tenham viciado o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 09h00 às 17h00 no local indicado no subitem 3.2.1.

5.2.1. As impugnações regularmente apresentadas deverão ser julgadas e respondidas em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 87§1º da Lei nº 13.303/2016.

5.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 5 será recebida como mera informação.

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

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

6.1. Poderão participar desta licitação as Agências de Propaganda que atenderem a todas as exigências constantes neste Edital e seus Anexos.

6.1.1. Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma proposta.

6.1.2. As empresas que optarem pela comprovação dos documentos de habilitação por meio do SICAF – Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores –, deverão providenciar o credenciamento e o seu cadastramento nos diversos níveis em qualquer Unidade Cadastradora do SICAF.

6.1.2.1. O Credenciamento da empresa no SICAF e o cadastramento em cada nível são válidos para a comprovação dos requisitos da Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Trabalhista e Qualificação Econômico-financeira.

6.1.2.2 Os documentos exigidos, bem como as instruções para efetuar o registro no SICAF constam no manual, que poderá ser obtido por meio da Rede Internet, no endereço eletrônico www.comprasgovernamentais.gov.br, onde devem ser acessadas as seguintes opções: na aba “Publicações”, selecionar “Manuais - FAQ”.

6.1.3. A licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos do art. 3º da LC 123/2006, desde que não esteja inserida nas hipóteses do § 4º do mesmo artigo, terá assegurado o tratamento diferenciado, observadas as condições estabelecidas neste edital.

6.1.3.1. Para fins deste Edital, as microempresas e empresas de pequeno porte são identificadas como MPE.

6.1.3.2. A empresa que se enquadra como MPE deve apresentar declaração nos termos do Anexo V, para fins do tratamento diferenciado previsto na LC 123/2006.

6.1.4.2.1. A declaração mencionada no item 6.1.4.2 deverá ser encaminhada na forma do item 14.7.

6.2. Não é admitida nesta licitação a participação de empresas:

6.2.1 Em processo de falência, sob concurso de credores, em processo de liquidação ou em dissolução;

6.2.2. Que estejam reunidas em consórcio, sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

6.2.3. Organizada sob a forma de cooperativa, tendo em vista que pela natureza do(s) serviço(s) existe a necessidade de subordinação jurídica entre o prestador de serviço e a contratada, bem como de pessoalidade e habitualidade, considerando, ainda, que, por definição, não existe vínculo de emprego entre as cooperativas e seus associados;

6.2.4. Não será admitida a participação, nesta licitação, de pessoas naturais ou jurídicas que estejam cumprindo penalidade de:

- a) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar, prevista no inciso III do artigo 87 da Lei n. 8.666/1993, aplicada pelo BANPARÁ
- b) impedimento de licitar e contratar, prevista no artigo 7º da Lei n. 10.520/2002 ou no artigo 47 da Lei n. 12.462/2011, aplicada por qualquer órgão ou entidade integrante da Administração Pública do Estado do Pará;
- c) declaração de inidoneidade, prevista no inciso IV do artigo 87 da Lei n. 8.666/1993, aplicada por órgão ou entidade integrante da Administração Pública nacional, ou, a prevista no artigo 46 da Lei n. 8.443/1992, aplicada pelo Tribunal de Contas da União;
- d) proibição de contratar com o Poder Público aplicada com fundamento no artigo 12 da Lei n. 8.429/1992, ou, proibição de participar de licitações e de contratar prevista no § 3º do artigo 81 da Lei n. 9.504/1997;
- e) qualquer outra sanção que as impeçam de participar de licitações e contratar com o BANPARÁ.

6.2.5.1. Para os fins desta licitação, os impedimentos referidos neste edital serão verificados perante o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e outros sistemas cadastrais pertinentes que sejam desenvolvidos e estejam à disposição para consulta, conforme o caso.

6.2.5. Cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja dirigente ou empregado do BANPARÁ;

6.2.6. Constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou declarada inidônea;

6.2.7. Cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea;

6.2.8. Constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;

6.2.9. Cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;

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

6.2.11. Aplica-se a também a vedação prevista no item 6.2:

6.2.11.1. À contratação do empregado BANPARÁ ou dirigente, como pessoa física, bem como à participação dele em procedimentos licitatórios, na condição de licitante;

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

a) Dirigente do BANPARÁ;

b) Empregado do BANPARÁ cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação;

c) Autoridade do ente público a que o BANPARÁ esteja vinculada.

6.2.12. Cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com o BANPARÁ há menos de 6 (seis) meses.

6.2.13. Constituam empresa estrangeira que não funcione no país.

6.3. A participação no presente procedimento licitatório implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 8.1.1.1 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.

7. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação - CPL o 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 Preço.

7.1.1. Os documentos mencionados no subitem 7.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas ou os Documentos de Habilitação e comporão os autos do processo licitatório.

7.1.2. 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 Permanente de Licitação - CPL ateste sua autenticidade.

7.1.3. 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 Permanente de Licitação - CPL cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

7.1.4. Quando se tratar de representante designado pela licitante no SICAF, por intermédio do formulário “dados do representante”, será efetuada consulta ao aludido sistema e juntada cópia ao processo para comprovar a representação.

7.2. 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.

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

7.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação - CPL, na data, hora e local indicados no subitem 3.2.1 deste Edital.

8. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇO

8.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3; e a Proposta de Preço no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 1

8.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 9.2 e 9.3.

8.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo BANPARÁ, a ser retirado pela agência que solicitar formalmente através do endereço eletrônico cpl@banparanet.com.br ou mediante solicitação protocolizada na sede da licitante BANPARÁ.

8.1.1.1.1. O invólucro padronizado (no formato A2, medindo aproximadamente 600X35X710) deverá ser retirado pela interessada a partir do dia 15 de janeiro de 2020, em dias úteis, no endereço mencionado no subitem 3.2.1, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail, no horário de 08h00 as 17h00.

8.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que adote o procedimento descrito no subitem 8.1.1.1.1.

8.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem qualquer fechamento e sem rubrica.

8.1.1.3. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro nº 2 – o Invólucro nº 1 não poderá:

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

Invólucro nº 2

8.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 9.4.

8.1.2.1. 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

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

8.1.2.2. 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

8.1.3. 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 9.5 a 9.10.

8.1.3.1 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

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

8.1.3.2. 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.

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

Invólucro nº 4

8.1.4. A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada no Invólucro nº 4.

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preço

Nome empresarial e CNPJ da licitante

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

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

8.1.4.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

9. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. 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	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

9.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- 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 embranco;
- 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;
- 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.

9.2.1. As especificações do subitem 9.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 9.3.3 e à indicação prevista no subitem 9.3.3.3.5.

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

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:
 - i. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.
 - ii. impressas na orientação paisagem.

9.2.3. Os gráficos, tabelas e 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.

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

9.2.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2.

9.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 8.1.1.3 e 17.2.1 e no subitem 17.2.1.1, todos deste Edital.

9.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3 – Ideia Criativa – estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

9.2.6. 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 na alínea ‘c’ do subitem 8.1.1.3, no subitem 9.2.4.1, na alínea ‘c’ do subitem 17.2.1 e no subitem 17.2.1.1, todos deste Edital.

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

9.2.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.2.8.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber.

9.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

9.3.1. Raciocínio Básico: apresentação pela Licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do BANPARÁ para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

9.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s) geral e específicos, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de comunicação e de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

9.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

9.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

9.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado ‘fisicamente’, conforme estabelecido na alínea ‘b’ do subitem 9.3.3 e na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3.3, a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

9.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 9.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

i. roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

ii. ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para meio rádio;

iii. *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet.

iv. ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

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

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

9.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

9.3.3.3.3. Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de *pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov*, bem como devem ser observadas as restrições contidas no último marcador do item 9.2 acima.

9.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 9.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

9.3.3.3.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3.

9.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 9.3.3.3, 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) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

9.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea ‘g’ do subitem 9.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

9.3.4.1. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 9.3.3 deverão constar dessa simulação.

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

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

9.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de Agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

9.3.4.3.1. 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 9.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

9.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

- a) ter a identificação da licitante (papel timbrado preferencialmente);
- b) ser datado;
- c) 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.

Capacidade de Atendimento

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

9.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do BANPARÁ, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

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

9.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

9.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

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

9.8.1.1. As peças e ou material constantes do Repertório devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2016.

9.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 9.7 ou ser apresentadas soltas.

9.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

9.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 10.3.1.

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

9.8.3. As peças e ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo BANPARÁ.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

9.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

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

9.10. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

a) o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:

b) deverá ser elaborado pela própria licitante, em papel que a identifique (preferencialmente timbrado);

c) deverá ter nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração.

9.10.1 As propostas de que trata o subitem 9.10 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2016.

9.10.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista para o quesito Relato de Soluções de Problemas.

9.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo BANPARÁ.

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

9.10.4 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 16.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

10.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

10.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

10.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, 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 ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

10.2.1.3. 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 ANUNCIANTE, 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.

10.2.1.4. 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 ANUNCIANTE 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.

10.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) 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 ANUNCIANTE.

10.2.3. Quesito 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.

10.2.4. Quesito 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.

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

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

QUESITOS		PON- TUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		70
SUBQUESTOS	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20
	III. Ideia Criativa	30
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento		10
3. Repertório		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10

10.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

10.3.2.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

10.3.2.2. 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.

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

10.3.4 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 03 (três) maiores notas, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 10.4.

10.4. Serão desclassificadas as Propostas que:

- a) contêm vícios insanáveis;
- b) não atendam às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- c) não alcançar, no total, a nota total mínima de 80 (oitenta) pontos;
- d) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica;
- e) não alcançar a pontuação mínima em quaisquer dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica.

10.5. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 9.8.1. para apresentação do Repertório ou apresentar mais de um Relato de Solução de Problema 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 12.3.1 deste Edital.

10.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

10.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 17.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, cuja data será divulgada na forma do item 19 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

11.1. 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.

11.2. 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, as contratadas serão remuneradas com base nos seguintes percentuais, sob pena de desclassificação:

- a) percentual máximo de 30% (trinta por cento) sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do estado do Pará, 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;

b) percentual máximo de honorários de 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, 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 divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual máximo de honorários de 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. 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 lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

II. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários de 10% (dez 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 distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

11.3. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

11.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 11.3 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 Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do art. 69, 4 do RLC, como forma de prorrogar o referido prazo.

11.3.1.1. 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.

11.4. Os preços propostos são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

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

12.2. 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.

12.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor somados percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 11.2 deste Edital.

12.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 12.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor somados percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

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

→ o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 11.2;

→ o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 11.2;

→ o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 11.2;

→ o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 11.2.

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

13. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta Licitação BANPARÁ será feito conforme disposto a seguir:

13.2. Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas, as 04 (quatro) licitantes mais bem-classificadas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 10.5 e 10.6 deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem, em negociação, em praticar o menor preço entre as Propostas de Preço apresentadas pelas licitantes classificadas.

13.3. Caso alguma das 04 (quatro) licitantes que obtiverem as maiores pontuações na Proposta Técnica não tenha apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo após negociação, as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das propostas técnicas, serão chamadas para se manifestarem em negociação quanto à concordância em realizar os serviços pelo mesmo percentual da proposta de menor preço, até a obtenção do número de agências estipulado para esta licitação.

13.3.1 As licitantes convocadas na forma do subitem 13.3 que não concordarem com o preço da primeira classificada na proposta de preço perderão o direito de contratar os serviços com ao BANPARÁ, não lhes cabendo nenhum tipo de indenização.

14. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues no invólucro nº 5 à Comissão de Licitação por todas as licitantes até as 10h30 horas da data da realização da segunda sessão, que será comunicada aos licitantes oportunamente.

14.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 15.1.1.

14.1.2 Os Documentos deverão estar 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

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

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

14.2. 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 Permanente de Licitação, no ato de entrega dos documentos de habilitação.

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

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

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

14.4.1. 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;

a.1) 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.

14.4.2. 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.

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

14.4.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

14.4.2.3. 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.

14.4.3. 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 1.1 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 nº12.232/2010;

b.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b.2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Permanente de Licitação.

14.4.4. 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;

a.1) 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;

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;

b.1) 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;

b.2) 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;

b.3) 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.

14.4.4.1. 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.

14.4.4.2. 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 =	ATIVO CIRCULANTE + REALIZÁVEL A LONGO PRAZO
	PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO
SG =	ATIVO TOTAL
	PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO
LC =	ATIVO CIRCULANTE
	PASSIVO CIRCULANTE

b) do balanço referido no subitem 14.4.4.2, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 01):

S=	ATIVO TOTAL
	PASSIVO EXIGÍVEL TOTAL

14.4.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 14.4.4.2 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.

14.4.4.4. 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 14.4.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Involúcro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$600.000,00 (seiscentos mil reais) equivalente a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.

14.4.5. 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:

<p>À Comissão Permanente de Licitação</p> <p>Referente Licitação BANPARÁ nº 01/2019 – Serviço de Publicidade</p> <p>(nome da licitante), se for o caso, 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 Art. 7º, XXXIII, CRFB, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis)anos.</p> <p><se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:> Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.</p> <p><local e data></p> <p style="text-align: center;">representante legal da licitante</p>

14.5. 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. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 74 do RLC, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 14.4.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 14.4.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

15. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. A Comissão Permanente de Licitação - CPL analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preço tenham sido classificadas, desde que atendam ao disposto no item 14, e integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 15.1.1.

15.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, o BANPARÁ poderá reabrir a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, nos termos do subitem 27.3.

15.2 Quanto às licitantes que optaram por realizar parte de sua habilitação conforme previsto no subitem 14.2.1 deste Edital, sua situação será verificada por meio de consulta on-line ao SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo.

15.4 Não será habilitada a empresa que:

15.4.1 Esteja com algum documento vencido no SICAF ou no involucre nº 5, ressalvada a possibilidade de regularização da documentação fiscal ou trabalhista da MPE, na forma do item 14.4.1; e ressalvada a possibilidade de apresentação do documento atualizado na sessão ou consulta pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, conforme disposto no item 17.4.

15.4.2. Não comprove a regularidade da documentação habilitatória por ocasião de sua verificação, ressalvada a prerrogativa da MPE quanto à regularidade fiscal ou trabalhista, na forma do item 14.4.1.

15.4.3. Esteja com o direito de licitar e contratar com o BANPARÁ suspenso, ou impedida de licitar e contratar com o Estado, ou tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com o Estado, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

15.4.4. Deixar de apresentar a documentação solicitada, apresentá-la incompleta ou em desacordo com as disposições deste Edital;

15.5. Se a licitante desatender às exigências do item 14 ou se enquadrar nas hipóteses do item 15.4, será inabilitada e a CL examinará as condições de habilitação das demais proponentes, na ordem de classificação e assim sucessivamente, até que três licitantes atendam plenamente às exigências do Edital.

16. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO - CPL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

16.1. Esta Licitação BANPARÁ será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação - CPL, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

16.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

16.2.1. 1 (um) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o BANPARÁ.

16.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pelo BANPARÁ, sendo 3 (três) integrantes sem nenhum vínculo funcional ou contratual direto ou indireto, com o BANPARÁ.

16.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 16.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação - CPL no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

16.3.2 O sorteio será processado pela Comissão de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o BANPARÁ, nos termos dos subitens 16.2.1 e 16.3.

16.3.3 A relação prevista no subitem 16.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o BANPARÁ.

16.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 16.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação - CPL de justificativa para a exclusão.

16.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

16.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 16.

16.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 16.3.

16.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

16.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 16.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

17. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

17.1. Serão realizadas 2 (duas) 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 Permanente de Licitação - CPL e representantes das licitantes presentes.

17.1.1 Caso seja necessário para a conclusão das atividades previstas, a sessão poderá ser suspensa e retomada no(s) dia(s) seguinte(s).

17.1.2 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 7.1 deste Edital.

17.1.3 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, de forma que os documentos tenham a rubrica de pelo menos um membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL e um representante de uma das licitantes presentes.

17.1.4 A Comissão Permanente de Licitação - CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do BANPARÁ, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Licitação.

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

17.1.6 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

17.1.7 Antes da divulgação do resultado desta Licitação BANPARÁ, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

17.1.8 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação - CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

Primeira Sessão

17.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 7.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

17.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação - CPL se não:

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

17.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 17.2.1, a Comissão Permanente de Licitação - CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

17.2.2 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 Permanente de Licitação - CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar o conteúdo dos Invólucros nº 1, cujos documentos serão rubricados por pelo menos um membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL e um representante de uma das licitantes presentes;
- c) abrir os Invólucros nº 3, cujos documentos serão rubricados por pelo menos um membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL e um representante de uma das licitantes presentes;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 19 deste Edital.

17.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação - CPL, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 17.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

17.2.2.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação - CPL e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação - CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos quanto ao resultado final desta Licitação.

17.2.3 A Comissão Permanente de Licitação - CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

17.2.4 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 de Licitação.

17.3 Posteriormente serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação - CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação - CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) somente após os procedimentos das alíneas “a” a “c” precedentes, encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação - CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

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

17.3.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos quanto ao resultado final desta Licitação.

17.3.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

17.3.2 As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 17.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

17.4 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação - CPL convocará as licitantes, na forma do item 19 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) executar o sorteio previsto no subitem 10.6, quando for o caso;

f) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

g) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados por pelo menos um membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL e um representante de uma das licitantes presentes;

h) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

i) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

j) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

k) efetuar com as três licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no item 13 do edital, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

l) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de três agências;

m) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preço as três licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

- o) receber os Invólucros nº 5 de todas as licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas e de Preço;
- p) abrir os Invólucros nº 5 das licitantes classificadas nos termos do item 13, cujos documentos serão rubricados por pelo menos um membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL e um representante de uma das licitantes presentes;
- q) efetuar as consultas previstas nos itens 15.2 e 15.3 deste Edital;
- r) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nos termos do item 14, com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- s) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- t) informar:
- u) o resultado da habilitação;
- v) o resultado final desta Licitação, na forma do item 19 deste Edital, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 59, §1º da Lei nº 13.303/2016;
- x) Franquear o prazo de 1 (um) dia útil para manifestações de intenção de recursos, as quais devem ser apresentadas durante a sessão pública, ou por e-mail para o endereço cpl@banparanet.com.br

17.4.1 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, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação - CPL.

17.4.21. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'k' e 'l' do subitem

17.4 apenas o preço sujeito a valoração, integrante da Proposta que constitui o Anexo III.

17.5 Abertos os invólucros nº 5 (documentação de habilitação), caso haja documento com prazo de validade vencido, as licitantes poderão apresentar o documento atualizado na própria sessão e será, ainda, facultado à Comissão de Licitação obter, durante a sessão, o respectivo documento atualizado, caso seja possível obtê-lo pela internet.

18. HOMOLOGAÇÃO E CONTRATAÇÃO

18.1 Após a divulgação do resultado final desta Licitação, não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, à vista do relatório da Comissão Permanente de Licitação - CPL, o resultado da licitação será submetido à consideração da autoridade competente do BANPARÁ, para fins de homologação e adjudicação do objeto às vencedoras.

18.2 A contratação formalizar-se-á mediante a assinatura de instrumento particular, observadas as cláusulas e condições deste Edital e da proposta vencedora, conforme a minuta do contrato que integra este Edital (Anexo V).

18.3 As licitantes vencedoras terão o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V, sendo condição para a assinatura do contrato a apresentação da garantia contratual em uma das modalidades previstas no item 23 deste edital.

18.4 Antes da celebração dos contratos, o BANPARÁ efetuará consulta ao Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin), conforme disposto no art. 6º, inciso III, da Lei nº 10.522/2002.

18.5 Fica impedida de ser contratada a licitante que se enquadre em qualquer das situações mencionadas nos itens 6.2.1 a 6.2.12.

18.6 A assinatura do contrato pela adjudicatária dar-se-á no prazo de até 05 (cinco) dias úteis a contar da data de sua convocação pelo BANPARÁ.

18.6.1 A convocação será encaminhada ao licitante vencedor por e-mail, no endereço informado em sua proposta de preço.

18.9.2 A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a às penalidades previstas no item 26 deste Edital.

18.10 Quando o convocado não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis, o BANPARÁ poderá: convocar as licitantes remanescentes para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados, respeitada a ordem de classificação, para depois de comprovados os requisitos habilitatórios, tomar os demais procedimentos para contratação; ou revogar a presente licitação.

18.11 Poderá a licitante ser desclassificada até a contratação, se o BANPARÁ tiver conhecimento de fato ou circunstância superveniente que desabone sua regularidade fiscal, jurídica, qualificação técnica e/ou econômico-financeira.

18.11.1. Neste caso, será efetuada a convocação das licitantes remanescentes, na ordem de classificação, em conformidade com o disposto no subitem 18.4 acima.

19. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

19.2 Demais atos e procedimentos do processo, serão divulgados exclusivamente por meio eletrônico, por e-mail cpl@banparanet.com.br e/ou na internet por meio do site <https://www.banpara.b.br/>

20 RECURSOS ADMINISTRATIVOS

20.1. Após a divulgação da(s) licitante(s) vencedora(s) desta Licitação, qualquer licitante poderá manifestar motivadamente sobre a intenção de recorrer contra o resultado do certame, devendo, obrigatoriamente, ser registrada a síntese de suas razões em e-mail a ser enviado para o endereço cpl@banparanet.com.br, no prazo de até 1 (um) dia útil, a partir da comunicação do resultado pelo BANPARÁ, na forma do item 19.

20.1.1 A recorrente que tiver sua manifestação de intenção de recurso aceita pela CL será concedido o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentar por e-mail, para o endereço cpl@banparanet.com.br, em documento devidamente assinado pelo representante da licitante e digitalizado, as Razões de Recurso, facultando-se às demais licitantes a oportunidade de apresentar contrarrazões em igual número de dias, que começarão a correr do término do prazo da recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

20.1.1.1. Ao enviar recurso ou contrarrazões para o e-mail cpl@banparanet.com.br, as licitantes deverão observar que a capacidade de recebimento de cada e-mail está limitada a 3mb.

20.1.1.1.1. Caso o volume de documentos ultrapasse o tamanho de 3mb, será necessário o envio fracionado em quantos e-mails se fizerem necessários, desde que todos sejam enviados dentro do prazo estipulado no item 20.1.1.

20.2 A falta de manifestação motivada da licitante, no prazo estabelecido no item 20.1, importará a decadência do direito de recurso.

20.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão 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, que decidirá.

20.4 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.

20.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Licitação BANPARÁ, em local e horário a ser indicados pela Comissão Permanente de Licitação - CPL.

20.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação - CPL – motivadamente e se houver interesse para o BANPARÁ – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

20.7 O acolhimento de recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

20.8 Decidido(s) o(s) recurso(s), e constatada a regularidade dos atos procedimentais, a autoridade competente adjudicará o objeto à licitante vencedora.

20.9 A decisão em grau de recurso será definitiva e dela dar-se-á conhecimento aos interessados, por meio de publicação no site institucional do Banco.

21 RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

21.1. O valor estimado global da presente licitação é de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais), com contrato vigente por 12 (doze) meses, e tais valores serão executados de acordo com o previsto no item 1 deste Edital.

21.2. O BANPARÁ se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do recurso previsto como valor estimado.

22. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

22.1 O contrato a ser firmado, cuja minuta (Anexo V) integra o presente edital para todos os fins e efeitos de direito, regulamentará as condições de sua execução, bem como os direitos, obrigações e responsabilidades das partes, tudo em conformidade com os termos desta Licitação e da proposta vencedora, aplicando-se os princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

23. GARANTIA CONTRATUAL

23.1. Cada uma das vencedoras na licitação prestará, no prazo de 10 (dez) dias contados a partir da data de assinatura deste contrato, garantia de execução contratual correspondente a 1,00% (um por cento) do valor previsto na dotação orçamentária, prevista no subitem 21.1.

23.2. A garantia deverá ser prestada em uma das modalidades abaixo, devendo o respectivo comprovante ser apresentado ao BANPARÁ, como condição para assinatura do contrato.

23.2.1 A Caução em dinheiro consiste em depósito em conta bancária remunerada específica, com o fim especial de se garantir o integral cumprimento do contrato, devendo ser efetuado em uma Agência do BANPARÁ, tendo como beneficiário o BANPARÁ;

23.2.1.1. Sobre a caução prestada em dinheiro incide, tão-somente, a atualização correspondente ao índice de variação do rendimento da caderneta de poupança para o 1º dia de cada mês, excluídos os juros, calculada proporcionalmente, quando for o caso, a contar da data do depósito, até o seu efetivo levantamento.

23.2.2 O Seguro-garantia é um tipo de seguro com o objetivo de garantir o fiel cumprimento das obrigações contratuais estipuladas, conforme descrito na apólice.

23.2.2.1. A apólice do seguro-garantia deve conter o prazo de validade, correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de mais 30 (trinta) dias, devendo ser tempestivamente renovado, se estendida ou prorrogada a vigência do contrato, sempre se mantendo os 30 dias após a última data de vencimento do contrato;

23.2.2.2. O seguro deve efetuar a cobertura, até o limite da garantia, de quaisquer prejuízos sofridos pelo BANPARÁ em decorrência de inadimplemento da contratada, inclusive dos encargos trabalhistas e previdenciários, ao ressarcimento das multas, bem como prejuízos advindos de atos, fatos ou indícios de violação pela Contratada às normas anticorrupção, devendo constar nas condições especiais.

23.2.2.2.1. No tocante aos encargos trabalhistas e previdenciários, é permitida a ressalva que condiciona o reembolso de prejuízos ao trânsito em julgado de sentença condenatória.

23.2.2.3. A apólice de seguro deve vir acompanhada de cópia das condições gerais, particulares e/ou especiais convencionais e demais documentos que a integram;

23.2.2.4. A Seguradora, ao emitir a apólice, obriga-se a arcar com eventuais prejuízos que possam ser impostos ao BANPARÁ em decorrência da má execução do contrato.

23.2.3 A Fiança bancária consiste na prestação de garantia, mediante a expedição da respectiva carta, emitida por instituição financeira idônea, devidamente autorizada a funcionar no Brasil, que, em nome da contratada, garante a plena execução do contrato e responde diretamente por eventuais danos que possam ser causados na execução contratual.

23.2.3.1. Somente é aceita Fiança Bancária na via original e que apresente todos os requisitos a seguir:

a) Registro no Cartório de Títulos e Documentos, conforme exigido no art. 129 da Lei nº 6015/73 (Lei de Registros Públicos);

b) Cláusula estabelecendo prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de mais 30 dias, devendo ser tempestivamente renovada se estendida ou prorrogada essa vigência, sempre mantendo 30 dias após a data de vencimento do contrato;

c) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao BANPARÁ, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) Cláusula de renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827, 835 e 838 da Lei nº 10.406/2002 - Novo Código Civil;

e) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com a atualização do valor contratual, previsto no item 21.1 deste Edital;

f) Cláusula com a eleição de foro da Justiça Estadual, para dirimir questões entre fiadora e credora referentes à fiança bancária;

g) Declaração da instituição financeira de que a carta fiança é concedida em conformidade com o disposto no art. 34 da Lei nº 4.595, de 31/12/1964, nos termos do art. 2º da Resolução CMN nº 2.325, de 1996, do Conselho Monetário Nacional;

h) O subscritor da carta de fiança bancária deverá comprovar poderes para atendimento às exigências contidas nas alíneas “c”, “d”, “f” e “g” acima.

23.3. A não apresentação do comprovante da garantia no ato da assinatura do contrato configura a recusa em assinar o contrato, caracterizando descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando a licitante às sanções administrativas cabíveis.

23.4. A garantia poderá ser liberada após o perfeito cumprimento do contrato, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados após a data do vencimento do contrato, desde que cumpridos todos os seus termos, cláusulas e condições.

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

23.6. A garantia deverá ser integralizada, num prazo máximo de 10 (dez) dias, sempre que dela forem deduzidos quaisquer valores, ou quando houver alteração contratual que implique aumento do valor contratado, de modo que corresponda a 1% (um por cento) do valor previsto na dotação orçamentária, prevista no subitem 21.1.

23.7. A qualquer tempo, mediante prévia solicitação ao BANPARÁ, com as devidas justificativas, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas neste Edital.

24. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

24.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos constantes na minuta de contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos em suas Propostas de Preço ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 17.4, alíneas ‘f’ e ‘g’, deste Edital.

24.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes na minuta de contrato (Anexo V).

25. FISCALIZAÇÃO

25.1 O BANPARÁ nomeará um Gestor titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta Licitação BANPARÁ e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos constantes na minuta de contrato (Anexo V).

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato e/ou pelo atraso injustificado na sua execução, garantida a prévia defesa, a CONTRATADA ficará sujeita às seguintes sanções, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis:

I multa;

II suspensão temporária de participação em licitação e contratação com o BANPARÁ, pelo prazo de até 2 (dois) anos.

26.1.1 A multa será aplicada nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

26.1.1.1. A multa moratória será aplicada nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

I. 0,2% (dois décimos por cento) por dia de atraso na entrega de qualquer serviço, a contar do primeiro dia útil após a data fixada para a entrega, calculada sobre o valor total do serviço em atraso, incluídas todas as etapas do serviço, produção, veiculação, distribuição etc., cobrada em dobro a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de atraso.

II. No caso de atraso na entrega dos serviços por mais de 30 (trinta) dias, poderá o BANPARÁ, a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia, a seu exclusivo critério, rescindir este contrato, ficando a CONTRATADA impedida de licitar e contratar com o BANPARÁ por um período de até 02 (dois) anos.

III. 1% (um por cento) pelo descumprimento de qualquer das cláusulas contratuais exceto a ocorrência mencionada no inciso I, do item 18.8, por culpa imputada à CONTRATADA, incidente sobre o valor global atualizado do serviço ou do conjunto de peças em que se verificar o descumprimento.

26.1.1.2. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

a) 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória do contrato;

b) 1% (um por cento), calculada sobre o valor do contrato, por:

I. inexecução total do contrato;

II. interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE;

26.1.1.3. AS CONTRATADAS sujeitar-se-ão a multa compensatória de:

a) 0,1% (um décimo por cento) a 20% (vinte por cento) do faturamento bruto do último exercício anterior, referente ao contrato firmado com o BANPARÁ, ao da instauração do processo administrativo, excluídos os tributos, nos casos de:

I. eventuais danos causados à imagem da CONTRATANTE, decorrentes do envolvimento da CONTRATADA em escândalo público e notório, relacionados à execução do contrato.

II. eventuais danos causados à imagem da CONTRATANTE, decorrentes do envolvimento da CONTRATADA em atos lesivos ao BANPARÁ, nos termos da Lei nº 12.846/2013.

26.1.1.3.1 No caso do subitem “a”, quando a multa for aplicada no primeiro ano de vigência do contrato firmado com o BANPARÁ, será aplicado sobre a soma do faturamento bruto, referente a este contrato, dos meses anteriores ao da aplicação da penalidade.

26.1.2 As multas serão descontadas da garantia do valor do documento fiscal e, se não for suficiente, será cobrada diretamente da CONTRATADA judicialmente.

26.2 Ficará suspensa temporariamente de participar em licitação e contratação com o BANPARÁ, pelo prazo de até 2 (dois) anos, o licitante que incorrer em alguma das seguintes hipóteses:

- I - Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II - Demonstre não possuir idoneidade para contratar com o BANPARÁ em virtude de atos ilícitos praticados.
- III - Convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato;
- IV - Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;
- V - Apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- VI - Ensejar o retardamento da execução do objeto da licitação;
- VII - Não mantiver a proposta;
- VIII - Falhar ou fraudar na execução do contrato;
- IX - Comportar-se de modo inidôneo, inclusive com a prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei 12.846/2013 e violar o Código de Conduta do Fornecedor BANPARÁ.

26.3 As sanções previstas nos incisos I e II poderão ser aplicadas concomitantemente.

26.4 As penalidades indicadas nesta cláusula, com exceção da multa de mora, aplicadas pela autoridade competente do BANPARÁ, após regular processo administrativo e garantida a defesa prévia, serão lançadas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.

26.5 As penalidades serão devidamente publicadas no DOE.

26.6 As penalidades de suspensão e impedimento aplicadas à CONTRATADA alcançam a figura dos sócios, administradores e dirigentes.

27. DOS ILÍCITOS PENAIIS

27.1 As infrações penais tipificadas nos artigos 89 a 99 da Lei 8.666/93, aplicadas à licitação e ao(s) contrato(s), serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

28. DO ADIAMENTO, REVOGAÇÃO OU ANULAÇÃO DA PRESENTE LICITAÇÃO

28.1. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Licitação será anulada, no todo ou em parte, se ocorrer ilegalidade em seu processamento, salvo quando for viável a convalidação do ato ou do procedimento viciado e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente que constitua óbice manifesto incontornável devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, bem como adiá-la ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas e documentação, sem que caiba aos licitantes quaisquer reclamações ou direitos a indenização ou reembolso.

28.2. A anulação do procedimento licitatório induz à do contrato, e em decorrência dessa anulação os licitantes não terão direito à indenização, ressalvado o direito do contratado de boa-fé de ser ressarcido pelos encargos que tiver suportado no cumprimento do contrato.

29. VIGÊNCIA DO CONTRATO

29.1. Os contratos a serem firmados terão duração de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogados, a critério do BANPARÁ e com a concordância da Contratada, por períodos sucessivos, até o limite permitido na Lei. 13.303/2016.

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1 Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta Licitação BANPARÁ e, quando for o caso, a Proposta de Preço com elas negociada.

30.2 É facultada à Comissão Permanente de Licitação - CPL, em qualquer fase desta Licitação, 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 Preço ou dos Documentos de Habilitação.

30.3 A Subcomissão Técnica, mediante solicitação expressa à Comissão Permanente de Licitação - CPL, poderá proceder vistoria das instalações e da aparelhagem que as Agências disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta Licitação.

30.4 Quando todas as licitantes forem desclassificadas ou inabilitadas, a Comissão Permanente de Licitação - CPL poderá fixar-lhes o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de outras propostas ou nova documentação, escoimada das causas de desclassificação/inabilitação.

30.5 Antes da assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o BANPARÁ tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

30.5.1 Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, o BANPARÁ poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Licitação.

30.6 Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não restar prorrogado, por conveniência da Administração, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o BANPARÁ se reserva o direito de não convocar a próxima classificada no procedimento licitatório que deu origem ao contrato rescindido ficando sob seu exclusivo critério eventual convocação, podendo, inclusive, caso entenda necessário, deflagrar processo licitatório para a contratação de novas Agências de Propaganda.

30.6.1 Em caso de convocação de licitante remanescente para dar continuidade à execução do objeto, esta será feita na ordem de classificação verificada nesta Licitação, desde que a licitantes concorde com isso e se disponha a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

30.7 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao BANPARÁ.

30.8 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.

30.9 A participação na presente Licitação implica a concordância, por parte do licitante, com todos os termos e condições deste Edital e Anexos.

30.10 Os licitantes arcarão com todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de suas propostas e lances.

30.11 Os documentos exigidos neste Edital poderão ser apresentados no original, por cópia autenticada por tabelião, ou publicação em órgão da imprensa oficial, ou cópia acompanhada do original para conferência pela CPL.

30.12 Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documentos em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos.

30.13 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, exceto quando explicitamente disposto em contrário.

30.14 Só se iniciam e vencem os prazos, incluindo horário, referidos neste Edital, em dia de expediente no BANPARÁ, na localidade na qual se sedia a unidade promotora do certame.

30.15 É facultado à CPL ou à autoridade superior do BANPARÁ, em qualquer fase da licitação, 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 da proposta.

30.16 Eventuais retificações do Edital serão disponibilizadas no endereço eletrônico <http://www.compraspara.pa.gov.br/> e <https://www.banpara.b.br/>.

30.16.1. No caso de retificação do Edital que não implique em sua republicação, as propostas porventura encaminhadas continuam válidas.

30.16.2. Havendo republicação do edital, as propostas porventura encaminhadas serão canceladas.

30.17 Os esclarecimentos acerca desta licitação serão disponibilizados no endereço eletrônico <https://www.banpara.b.br/>.

30.18 É de responsabilidade do licitante o acompanhamento do processo pelo site do BANPARÁ no endereço <http://www.compraspara.pa.gov.br/> e <https://www.banpara.b.br/>.

30.19 AS CONTRATADAS somente poderão contratar outra empresa especializada para a execução de atividades complementares ao objeto, com a anuência prévia e por escrito do BANPARÁ.

30.19.1. AS CONTRATADAS não poderão subcontratar outra agência de publicidade para a execução do objeto previsto na cláusula primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

30.19.2. Para análise da empresa especializada para a qual eventualmente for proposta a contratação para a execução de atividades complementares ao objeto relacionada no item 30.19 acima, será exigida, nos mesmos limites exigidos da licitante no item que trata de habilitação, anteriormente à manifestação do BANPARÁ:

a) regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

b) a documentação relativa à regularidade jurídica;

c) a qualificação técnica, em relação ao objeto da contratação.

30.19.3. O BANPARÁ verificará a regularidade da empresa especializada contratada para a execução de atividades complementares ao objeto em relação aos impedimentos de licitar e contratar, não sendo admitida a contratação no caso de impedimento, conforme item 15.3 do edital.

30.19.4. A empresa especializada contratada para a execução de atividades complementares ao objeto deve emitir declaração informando não se enquadrar nas hipóteses previstas no item 6.2 do edital e subitens.

30.19.5. No caso de contratação de empresa especializada para a execução de atividades complementares ao objeto, as CONTRATADAS não transferirão suas obrigações e responsabilidades, permanecendo, perante o BANPARÁ, com total responsabilidade contratual.

31. ARBITRAGEM

31.1. O BANPARÁ e as CONTRATADAS poderão utilizar-se da arbitragem para dirimir conflitos relativos a direitos patrimoniais disponíveis inerentes a este contrato, nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 e suas alterações.

32. FORO

32.1. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Comarca de Belém do Tribunal de Justiça do Estado do Pará.

Belém/PA, 06 de dezembro de 2019.

Raimundo Mauro Monteiro Ramos
Presidente da Comissão Permanente de Licitação - CPL

Gabriel Henrique Cavalcante da Silva
Membro da Comissão Permanente de Licitação - CPL

Edilamar Pinheiro Pantoja
Membro Comissão Permanente de Licitação – CPL

ANEXO I - BRIEFING

1. A EMPRESA E SEUS CONTEXTOS

1.1. Histórico

Com 58 anos de existência, o Banco do Estado do Pará S/A – Banpará é uma instituição financeira, sob a forma de banco múltiplo, de capital aberto (BPAR3), controlado pelo Governo do Estado do Pará, que é detentor, atualmente, de 99,9767% das suas ações emitidas.

O Banco do Estado do Pará está presente no dia a dia dos paraenses, fazendo parte da malha econômica de 104 municípios dos 144 existentes no Estado, onde reside cerca de 89% da população do Estado do Pará. O Banpará ocupa um papel de ser mais que um banco, atuado como agente financeiro regional autossustentável, exercendo o papel de desenvolvedor social e econômico do Estado do Pará, pois possui o propósito de expandir sua rede de atendimento para aumentar a presença no Estado, objetivando atender as necessidades econômicas da população paraense, levando a diante o conceito e a importância da bancarização, além de diversificar seu leque de produtos e serviços.

Criado pela Lei Estadual nº 1.819/1959, porém oficialmente inaugurado em 26 de outubro de 1961, sendo regido pelas Leis nº 4.595/64, nº 6.404/1976, nº 13.303/2016 e demais disposições legais e regulamentares que lhe sejam aplicáveis, o Banpará dispõe em seu Estatuto Social o objeto social a prática de operações ativas, passivas e acessórias, de acordo com as disposições legais e regulamentares em vigor, relativas aos bancos comerciais, de desenvolvimento, ao mercado de câmbio e comércio exterior e ao crédito imobiliário, além de atuar como instrumento de execução da política de desenvolvimento, creditícia e financeira do Governo Estadual, exercendo as funções que lhe são atribuídas em lei e na Constituição do Estado do Pará.

As orientações estratégicas somadas as iniciativas nas áreas artísticas, cultural, educacional e desportiva, permitem ao Banpará contribuir para o desenvolvimento do Estado do Pará e para a melhoria na qualidade de vida de milhões de paraenses. Só em 2018, as atividades do Banpará geraram, a título de dividendos pagos para o Governo do Estado o valor de R\$123.301.078,00 (cento e vinte e três milhões, trezentos e um mil e setenta e oito reais), valor este revestido para o benefício social e econômico dos cidadãos do Estado do Pará

Pautado no compromisso com a população paraense o Banpará pretende está presente nos 144

municípios do estado, ofertando produtos e serviços de qualidade e sempre atento às inovações tecnológicas.

1.2. Missão

Criar valor público para o Estado do Pará, como um banco autossustentável, moderno e promotor do desenvolvimento econômico e social sustentável, com foco na satisfação dos clientes e acionistas.

1.3. Visão

Consolidar-se como Banco de varejo e indutor de desenvolvimento sustentável, presente em todos os municípios do Pará, promovendo inovação e inteligência financeira para atrair investimentos e gerar os melhores resultados econômicos e sociais.

1.4. Valores

- Compromisso com a satisfação dos clientes e acionistas;
- Lucro como métrica de desempenho operacional;
- Impacto como métrica de criação de valor público;
- Inovação com foco nas demandas do mercado e clientes;
- Transparência;
- Meritocracia;
- Responsabilidade socioambiental;
- Resultados sustentados pela ética e conformidade

1.5. Banpará Hoje

Os resultados econômico-financeiros do Banpará são proporcionais ao tamanho da importância que a instituição sempre teve na vida dos paraenses, ao conciliar seu trabalho como banco comercial, de economia mista, que cumpre sua função social e que caminha lado a lado com o desenvolvimento do Estado do Pará, ofertando um portfólio de produtos e serviços que atendam a diversos segmentos.

Pelas suas características, todo cidadão paraense é cliente potencial do Banpará, uma vez que possuímos carteiras de crédito pessoal, crédito imobiliário, crédito pessoa jurídica, fomento e câmbio.

Desde a sua criação na década de 60, o Banpará realizou diversos investimentos em recursos tecnológicos e humanos, gestão de risco e controles internos, tornando cada vez mais rápido e fácil o acesso aos produtos e serviços ofertados pelo Banco, em reconhecimento ao seus fortes fundamentos financeiros, incluindo a elevada e constante melhoria da qualidade de seus ativos, amplos níveis de capital e ganhos fortes recorrentes , o Banpará foi eleito o 3º melhor banco de varejo do país em 2017 pelo jornal Estadão em parceria com a agência classificadora de risco Austin Rating.

A sociedade paraense pode esperar um Banpará cada dia melhor e cada vez mais inserido na vida dos cidadãos, com atuação em todo o Estado, levando atendimento digno e ajudando a alavancar desde o pequeno negócio até o grande empreendimento.

1.5.1. Um Banco Moderno E Competitivo

O Banpará tem como diretrizes garantir a manutenção do rumo e do progresso ao longo da jornada, complementar e consolidar o portfólio de produtos e serviços e criar bases sólidas para a construção do futuro, pautado nos pilares da rentabilidade, capilaridade, inovação e excelência operacional.

O Banco do Estado do Pará possui uma base de aproximadamente 400 mil clientes ativos entre correntistas e poupadores de todas as faixas de renda.

Cabe ressaltar que o Plano Estratégico do Banpará para o próximo quinquênio (2020-2024) foi elaborado tomando por base as diretrizes e os objetivos estratégicos definidos pela Alta Administração, visando garantir o crescimento sustentável da empresa e a continuidade desse processo de aperfeiçoamento, de forma a gerar, cada vez mais, valor ao negócio da instituição, tornando o Banco cada vez mais eficiente, eficaz e inovador, cujo objetivo para os próximos anos é fazer com que o Banpará seja um banco especializado no ecossistema de inovação da Amazônia.

O Banpará registrou no 1º semestre de 2019 o Patrimônio Líquido de R\$ 1.280.962 mil, com Ativos Totais no montante de R\$ 8.076.798 mil, esse crescimento foi motivado pelas Operações de Crédito, que registraram R\$ 4.468.350 mil.

Sob o aspecto do Lucro Líquido o Banco alcançou R\$ 149.390 mil, 14,3% superior ao lucro líquido registrado no primeiro semestre de 2018.

Além dos expressivos resultados econômico-financeiros, o Banpará ampliou e aprimorou sua rede de agências, passando a contar com 155 unidades de atendimento, somando agências e postos. Na cobertura do Banco destacam-se as regiões do Baixo Amazonas, Guajará e Tocantins, que juntas concentram mais de 40% da população paraense.

1.5.2. Operações de Crédito

No 1º semestre de 2019, as operações de crédito do Banpará atingiram o total de R\$4.468 milhões, com incremento de 7,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, com cerca de 95,19% dos empréstimos classificados no nível de risco A, pelo fato do grande volume de operações adimplentes, com destaque para as operações de crédito consignado.

➤ Crédito Consciente

Em todas as formas de relacionamento, seja pessoalmente nas agências, seja por telefone, folhetos informativos ou no ambiente virtual, o Banpará procura utilizar linguagem simples e didática que esclareça sobre as condições e regras dos produtos e serviços para clientes pessoas física e jurídica. É importante frisar que a Instituição condena veementemente venda casada, bem como a recua de atendimento e outras práticas abusivas, e, por isso, realiza treinamentos específicos para seus funcionários, monitora as ocorrências e apura as responsabilidades em caso de eventuais desvios.

Há no Instagram do Banpará vídeos dedicados à educação financeira, são abordados temas como crédito, dívida, controle de gastos e orçamentos, a fim de orientar os clientes e a população brasileira em geral sobre como administrar e planejar as finanças pessoais e da sua empresa.

1.5.3. Captação

Os depósitos à vista do Banpará atingiram R\$ 661.465 mil, e os depósitos totais R\$ 7.433.415 mil no 1º semestre de 2019, o CDB e LF tiveram maior representatividade em relação ao mesmo período do ano anterior, as captações estão divididas em 6 grupos, com destaque para os depósitos do Governo Estadual e os depósitos de Pessoa Física que fecharam o semestre com 38% e 27% da captação total, respectivamente. Os depósitos do Poder Judiciário fecharam o semestre com 13% do Funding total.

1.5.4. Rede de Atendimento Banpará

O Banco do Estado do Pará possui 121 agencias, 34 postos de atendimento e 313 caixas Saque e Pague.

➤ **Saque e Pague**

A parceria do Banpará com a rede de atendimento eletrônico Saque e Pague existe desde 2013, onde são disponibilizados terminais com serviços que antes só poderiam ser realizados nas agências do Banco, como a possibilidade de fazer depósitos sem envelopes, no Estado esta tecnologia é exclusiva do Banpará.

➤ **Banpará Digital**

Primeiro espaço totalmente digital de uma instituição financeira do Brasil, o Banpará Digital, inaugurado em fevereiro de 2017, foi uma aposta aos novos conceitos de internet, tecnologia, modernidade, agilidade e qualidade de serviços diferenciados, levando em conta a necessidade de melhoria no atendimento digital.

É um ambiente que fornece todos os serviços de uma agência tradicional, contudo, pautado, na tecnologia e na autonomia do cliente, onde as transações são feitas virtualmente.

As funcionalidades são:

- Maquinas *in lobby teller* que possibilitam interação, são equipadas com scanner para leituras de documentos, permitem depósitos de células e moedas, sem envelope, e dão troco no pagamento de contas;
- Salas de videoconferência com isolamento acústico e visual para reuniões;
- Caixas eletrônicos de autoatendimento que são capazes de imprimir cheques e cartões do Banco.

Destaca-se que a confecção de cartões, com gravação de tarja e chip e impressão de dados, é uma das novidades possibilitadas pelo Banpará Digital, haja vista que este era um dos serviços que mais acumulava fila nas agências.

➤ **Canais Virtuais de Atendimento**

No 1º semestre de 2019 foram realizadas 6.176.530 (seis milhões cento e setenta e seis mil quinhentos e trinta) transações nos canais internet banking e no mobile Banpará, enquanto nas agências e postos de atendimento as transações realizaram 7.433,415 (sete milhões quatrocentos e trinta e três mil quatrocentos e quinze).

Cada dia mais inserido no ambiente virtual, o Banpará continua a priorizar investimentos no aperfeiçoamento de seus aplicativos, que oferecem aos seus clientes acesso a conta via IBK e mobile Banpará, android e IOS, alcançando no primeiro semestre de 2019 uma base de 121.950 (cento e vinte um mil novecentos e cinquenta) usuários, além do atendimento social.

O Banpará disponibiliza também, canais de comunicação direta com os clientes por telefone, como a central de atendimento Banpará (3004-4444) para prestar informações sobre produtos e realizar serviços bancários como acesso a conta. O Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC (0800-2806605) objetiva a resolução de demandas causadas por reclamações, pedidos de cancelamentos de produtos e serviços, a Ouvidoria (0800-2809040) para acolher reclamações, elogios e sugestões.

➤ **Ouvidoria**

O Banpará disponibiliza aos seus clientes e a sociedade em geral um canal de atendimento exclusivo para reclamações, sugestões e elogios. A ouvidoria consolida os dados e encaminha relatórios sistêmicos a todas as áreas do Banpará para providências, além de avaliar e cobrar as unidades pelas respostas enviadas a cada reclamação, sugestão e elogio recebido. O objetivo é melhorar e qualificar de forma permanente o atendimento ao cliente.

➤ **Canal de Denúncias**

O Banpará dispõe de um canal de denúncia para queixas sobre violações das suas políticas, comportamentos suspeitos, condutas inadequadas, dentre outras situações consideradas inapropriadas. Esta ferramenta contribui para a prevenção de desvios de comportamento, bem como para detecção de atos em desacordo com as normas, permitindo a gestão da ocorrência, com objetivo de atenuar as possíveis consequências negativas como os danos de reputação e imagem. É disponibilizado ao público interno e externo, para reporte de potenciais violações ao Código de Ética e Conduta, políticas e aos dispositivos regulatórios e legais aplicáveis as atividades da Instituição.

1.5.5. Internet

O banpara.b.br é o site oficial do Banpará. Destacam-se as buscas por produtos comerciais como crédito, cartões e investimentos.

O Banpará também possui um site voltado para o relacionamento com investidores ri.banpara.b.br, onde podem ser encontrados todos os resultados econômico-financeiros e outros assuntos pertinentes aos acionistas.

➤ **Redes Sociais**

✓ Facebook e Instagram

O Banpará possui um perfil oficial no Facebook, **Banco do Estado do Pará – Banpará** e um perfil oficial no Instagram **banparaoficial** cujo objetivo é agregar conceito a marca Banpará e disseminar informações relacionadas ao ambiente econômico e social, divulgar os eventos culturais patrocinados pelo Banco, além de disponibilizar espaço para atendimento, realizado pela equipe do marketing do Banpará.

✓ LinkedIn

O Banpará iniciou sua proposta de atuação no LinkedIn, a partir do seu perfil próprio e de uma produção de conteúdo institucional produzido pela área de comunicação do Banco.

1.6. Compromisso Com o Desenvolvimento do Pará

Colaborar com o crescimento do Estado do Pará é prioridade para o Banpará. Por isso, desenvolve parcerias com o poder público e proporciona soluções mais eficientes para a melhoria da gestão financeira e para implantações de projetos de infraestrutura.

1.6.1. Uma Empresa Responsável e Cidadã

Promover a inclusão social é um dos principais objetivos do Banpará, uma forma de tornar isso realidade é apoiar inúmeros projetos artístico-culturais, educacionais e desportivos.

Esporte – O Banpará acredita no esporte como ferramenta de inclusão social, prática da cidadania e símbolo de superação e orgulho nacional. Por isso investe no apoio ao esporte paraense. O Banpará apoia o Campeonato Paraense de Futebol há vários anos, só nos últimos quatro anos, o Banco destinou mais de R\$ 10 milhões para a realização do evento, que consequentemente, passou a ser chamado de “Banparazão”, enfatiza-se que uma porcentagem do patrocínio realizado ao campeonato é destinada para a premiação dos melhores do torneio.

Os atletas amadores também são público alvo do Banpará, por meio do patrocínio da Corrida do Círio e Corrida do Sal, o Banpará também apoia os atletas que participam da corrida de rua, estas parcerias existem há mais de cinco anos. Sem esquecer de incentivar os jovens atletas, o

Banco apoia a Corridinha do Círio, uma competição que tem por objetivo incentivar as crianças e jovens para a prática esportiva, promovendo a inclusão social e a qualidade de vida, bem como revela e prepara novos talentos que representem o Pará em futuras competições nacionais.

A Instituição também atuou em parcerias com empresas que realizam premiações, por meio de bolsas de incentivo, aos destaques do atletismo paraense.

Cultura – Ao patrocinar eventos e projetos artísticos em todo o Estado do Pará, o Banpará ajuda a difundir a cultura paraense.

Em 2019, os patrocínios culturais viabilizaram a realização de 48 projetos, incluindo os projetos com lei de incentivo. O Banpará selecionou projetos em consonância com as suas diretrizes, ligados a sua missão e valores e que proporcionem experiências aos seus clientes.

Eventos como o Carnaval Paraense, Sonido Musical, Feira do Livro, Festival Internacional de Música do Pará, Çairé e Festribal, tiveram apoio do Banpará em 2019.

2. O BANPARÁ E A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL – RSA

2.1. Relacionamento com o Meio Ambiente

Baseada nas diretrizes de responsabilidade social da Resolução nº 4.327 do Banco Central e pautada nas estratégias e no código ética da Instituição, a política de Responsabilidade Socioambiental – PRSA do Banpará aponta para a promoção de ações que incentivem práticas sustentáveis no ambiente de trabalho, disseminem o uso eficiente e o consumo responsável de água, energia e demais recursos naturais e materiais, e, de combate às mudanças climáticas, proporcionando redução das despesas e melhorias na saúde e bem-estar dos funcionários, além de favorecer a destinação adequada dos resíduos sólidos, reduzindo os impactos promovidos pela má destinação destes no meio ambiente. As diretrizes do Banpará também ressaltam a importância da sustentabilidade nos desenvolvimentos de infraestrutura e de tecnologia da informação, adquirindo equipamentos mais eficientes e com baixo consumo de energia, além de condicionar as obras e serviços de engenharia, manutenções e reformas executadas pelo Banco ou contratados, aos critérios socioambientais no que tange ao uso de materiais e recursos naturais e ao descarte de resíduos, com vistas a reduzir despesas e a mitigar possíveis danos sociais, ambientais e de imagem, atuando de forma preventiva e evitando impactos ambientais produzi-

dos pelas ações diretas do Banco. É compromisso do Banpará atuar de forma preventiva buscando evitar impactos ambientais produzidos por ações diretas, mitigando possíveis danos sociais, ambientais e de imagem, impulsionando da mesma forma, que os seus fornecedores e prestadores de serviço atuem com os mesmos preceitos, respeitando o meio ambiente no desenvolvimento das atividades do Banco, produtos e serviços, melhorando o uso de matérias-primas e energia como forma de contribuir para a conservação dos recursos naturais.

➤ **Programa Ambiente Amigo - PAA**

Buscando sempre o melhor relacionamento entre meio ambiente e negócios, a Instituição cresce a cada ano com responsabilidade ambiental e mercadológica, pois o mercado está cada vez mais seletivo e exigente em relação às práticas de sustentabilidade empresarial. Engajado em atender a esta demanda, o Banpará opera, incentiva e apoia o consumo consciente de recursos naturais e materiais, buscando sempre melhorias tecnológicas e investimentos socioambientais.

O PAA é um programa que visa estimular o consumo consciente no Banco, por meio de campanhas educativas que induzem o consumo racional de energia elétrica – “Consumo Responsável”, papel – “Imprimir pra Q” e copos descartáveis – “Adote sua Caneca”, pois ações sustentáveis ajudam na diferenciação da concorrência do Banco, cria imagem e reputação consciente, ajuda na conquista de novos clientes e fidelização dos mesmos, o que gera mídia espontânea sobre suas ações de sustentabilidade.

2.2. Sociedade

O Banpará tem o compromisso de atuar em prol do desenvolvimento da sociedade paraense, respeitando os direitos humanos e priorizando ações de inclusão social. O Banco valoriza a tradição e a cultura do Estado do Pará, buscando identificar as necessidades sociais para que seja possível promover a melhoria de sua qualidade de vida, seu desenvolvimento econômico, social e cultural.

➤ **Inclusão Social**

A instituição possui ação de inclusão social por meio do convênio com a Associação Paraense de Pessoas com Deficiência – APPD, contribuindo ao estímulo da autonomia destas pessoas portadora de necessidades especiais, por meio de seu ingresso no Banco. São 80 colaboradores no quadro funcional do Banpará.

➤ **Ações Socioeducativas**

O Banpará possui ações socioeducativas para sensibilizar funcionários e colaboradores para mudanças nos padrões de comportamento em favor aos recursos naturais e materiais, dentre elas destaca-se o dia sem elevador, entrega de 7 mil lixeiras ecológicas em todo o Estado, educação ambiental para os filhos dos funcionários, passeio ciclístico, caminhada ecológica, encontro sustentável e campanha de Natal.

Doações

O Banpará acredita que atos de empatia e generosidade tem potencial de gerar um círculo virtuoso, benéfico não apenas para os necessitados, mas para a sociedade como um todo, pois ter sensibilidade para com o próximo é essencial para que vivamos em um mundo mais humano e receptivo, por isso apoiamos projetos como a Casa do Menino Jesus III, que acolhe, aproximadamente, 130 crianças e adolescentes de baixa renda vindos do interior do Estado para tratamento de câncer, problemas cardíacos, renais e outros, e o Espaço Nova Vida, que oferece internações para dependentes químicos, atuando no seu tratamento, recuperação e socialização.

2.3. Fomento - Financiamento de Projetos Produtivos

2.3.1. Microcrédito Estadual e Municipal

A atuação na operacionalização dos produtos de microcrédito é exclusiva no Estado do Pará, cujo atendimento do Banco é direcionado aos micros e pequenos empreendedores da economia popular dos municípios atendidos, com abrangência de todos os setores e atividades legais da economia local aderente. É centrado objetivos de dinamização de gestão da carteira, com o foco direcionado a oferta de microcrédito à economia popular dos municípios aderentes. A movimentação dos Fundos e Programas de microcréditos continua é realizada à distância, onde a gerência responsável administra e oferece o suporte destes municípios por meio da prestação de serviços: Assessoramento Técnico, Palestras, Treinamento e Intermediação Creditícia. O Banpará dispõe de dois produtos com a utilização do instituto do microcrédito com recursos de terceiros, sendo estes: Fundos Municipais de Desenvolvimento e Programas de Microcréditos do Governo Estadual.

É importante destacar que o Credcidadão é um programa do Governo do Estado, onde o Banpará atua como administrador e seu exclusivo agente financeiro. O Credcidadão tem influência

direta sobre o desenvolvimento econômico dos municípios das diversas regiões do Estado do Pará, por oportunizar microcrédito flexível e de baixo custo a empreendedores populares, geração de postos de trabalho e forma de renda nas comunidades atendidas e melhoria no padrão de vida das famílias com a distribuição de renda nos municípios aderentes. Em 2018 foram disponibilizadas 3.867 operações de microcrédito com recursos de terceiros, para uma disponibilização de recursos públicos na ordem R\$ 15,4 milhões.

2.3.2. Microcrédito – Recursos Próprios

➤ Banpará Comunidade

Programa de microcrédito criado pelo Banco, cujo mercado de atuação é exclusivo no Estado do Pará. Visa proporcionar inclusão competitiva de microempreendedores no mercado, contribuindo para fortalecer e ampliar suas atividades e aumentar seus ganhos financeiros na melhoria da qualidade de vida. Tem por objetivo reduzir as desigualdades sociais, fortalecer a cidadania e gerar emprego e renda.

O atendimento é direcionado para empreendedores de micro e pequenos negócios com empreendimentos em funcionamento no mínimo seis meses, com abrangência de todos os setores e atividades legais da economia. O fluxo de concessão de crédito para este produto é totalmente automatizado, atendendo e respeitando os critérios definidos nos normativos, bem como a metodologia de análise de microcrédito.

➤ Empodera

Linha de crédito destinada as mulheres que atuam ou pretendam atuar na economia local, formal ou informalmente, e que não tenham acesso a linhas de crédito convencional. O Produto apresenta baixas taxas de juros e processo de concessão simplificado, visando facilitar o acesso ao crédito, o produto foi lançado em 2019, iniciando sua concessão nos territórios de pacificação do programa estadual Terpaz.

2.3.3. Financiamento Com Recursos do BNDES e De Terceiros

O Banpará está devidamente credenciado junto ao BNDES e possui limite operacional para concessão de crédito por meio de Programas e Linhas de Financiamento. As linhas de financiamento que são operadas com recursos do BNDES: BNDES FINAME, BNDES Automático e Programa ABC; e com recurso de terceiros: Crédito do Produtor. Em relação ao Programa ABC, por meio das linhas de financiamento denominadas ABC AMBIENTAL e ABC FLORESTAS, vale ressaltar

sua conformidade com a Política de Responsabilidade Socioambiental do Banpará e com o programa Pará 2030 do Governo Estadual, por estar voltado ao produtor rural na busca da melhoria contínua de suas atividades, mediante soluções e iniciativas economicamente viáveis, socialmente responsáveis e ambientalmente corretas, os setores abrangidos pelas linhas de financiamento são: Rural, Florestal, Industrial e Agroindustrial, Mineral e Turismo. O Banpará possui linhas para pessoas física (Produtor Rural) e jurídica.

2.3.4. Crédito Rural

O Banpará disponibiliza linhas de financiamento voltadas ao custeio agrícola e pecuário, comercialização e industrialização e para custeio de médios produtores rurais (PRONAMP), todas com recursos controlados obrigatórios, que garantem a viabilidade da obtenção do financiamento. As linhas de financiamento da Instituição têm como público alvo o produtor rural (PF ou PJ), e também linhas direcionadas para produtores de pequeno porte (agricultores familiares), médio e grande, o que contribui para o acesso aos serviços financeiros a pessoas desfavorecidas. Com vistas a mitigar os riscos socioambientais, nas análises dos projetos agropecuários são levados em considerações as restrições do imóvel rural e do proponente junto aos órgãos ambientais, federais, estaduais e municipais por meio de consultas da Certidão Negativa de Embargo, na Lista de Desmatamento Ilegal - LDI, Programa de Regularização Ambiental -PRA, Cadastro Ambiental Rural - CAR, e Licenças Ambientais, assim como a existência de trabalho infantil e/ou trabalho forçado ou análogo a escravo.

2.4. Câmbio

O Pará está entre os dez estados que mais exportam no Brasil, portando considerado um exportador importante, dessa forma, o Banpará, por ser o Banco oficial do Estado tem como objetivo abranger esses clientes, ofertando produtos e serviços, com foco principal no desenvolvimento da prática de exportação, por assim fomentado a economia exportadora do Pará. Grande parte das operações do Banco se concentram na exportação de polpas de frutas, peixes ornamentais, sementes, pimentas e madeiras.

2.5. Governança

As boas práticas de governança convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar a reputação da organização e de otimizar seu valor

social, facilitando seu acesso a recursos e contribuindo para sua longevidade. O Banpará pauta as suas atividades nos seguintes princípios de governança:

- Responsabilidade Corporativa – zelar pela sustentabilidade da Companhia, visando à sua longevidade e incorporando considerações de ordem social e ambiental na definição dos negócios, projetos e operações;
- Transparência – disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse, e não apenas aquelas impostas por disposição de leis e regulamentos;
- Prestação de Contas – os agentes de governança (acionistas, conselheiros, executivos, conselheiros fiscais e auditores) devem prestar contas de sua atuação, assumindo integralmente as consequências de seus atos e omissões; e
- Equidade – tratamento justo e igualitário de todos os acionistas e demais partes interessadas.

2.6. Fornecedores

Os contratos firmados com os fornecedores incluem cláusulas relacionadas à ética, à responsabilidade socioambiental e aos direitos humanos. Eles incluem itens como comprovação de pagamentos de obrigações trabalhistas e sociais, bem como o recolhimento de impostos e taxas, além da obrigação das empresas contratadas de observarem com rigor as premissas de comportamento estabelecidas no Código de Ética e Conduta do Banpará.

Ressalta-se ainda que a Instituição observa as práticas referente a prevenção a lavagem de dinheiro e combate a corrupção.

3. NOSSOS CLIENTES

O Banpará posiciona-se no mercado como uma Instituição que oferece mais do que os serviços e produtos de um banco comercial e está presente no dia a dia dos cidadãos paraenses, cobrindo cerca de 89% do Estado do Pará. Pelas características de sua atuação, todo paraense é cliente potencial do Banpará, bem como empresas e órgãos públicos e privados.

Identificados por segmentos, são considerados como principais clientes Banpará:

- Pessoa Física – Forma de atuação definida de acordo com o perfil do cliente e seu grau de relacionamento com o Banpará.
- Pessoa Jurídica Pública – Poder Executivo e Legislativo e Poder Judiciário.
- Pessoa Jurídica Privada – Microempresas, Pequenas Empresas, Médias Empresas e Grandes Empresas.

4. NOSSOS COLABORADORES

O Banpará encerrou o ano de 2018 com 3.667 (três mil seiscentos e sessenta e sete) colaboradores, sendo 2.330 (dois mil trezentos e trinta) empregados concursados, 175 (cento e setenta e cinco) estagiários, 1.096 (mil e noventa e seis) prestadores de serviços e 66 (sessenta e seis) adolescentes/ jovens aprendizes.

5. DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

Diante de toda evolução tecnológica atual, mudanças de comportamento do consumidor, agilidade e rapidez das grandes transformações mundiais, tem a mudança climática, aumento da poluição e os incêndios florestais na Amazônia, O bioma é o mais afetado pela maior onda de incêndios florestais no Brasil. Clientes, futuros funcionários e investidores buscam, cada vez mais, em todos os níveis, empresas com práticas sustentáveis, que tratem adequadamente seus funcionários, que seja transparente com a sociedade, que cuidem do meio ambiente e que gerem valor para a comunidade onde estejam inseridas.

Alguns estudiosos descrevem a sustentabilidade como um termo abrangente que é capaz de fornecer os meios para se conectar com a sociedade, ampliar a base de clientes, reduzir custos de operação e benefícios para a comunidade em geral e, portanto, a sustentabilidade pode levar a uma vantagem competitiva no mercado através da comunicação¹

O Banpará é uma das mais importantes marcas paraenses e tem atuação consolidada e destacada na concessão de crédito do Estado, além da sua forte presença na atuação como um dos principais gótes de políticas públicas do Governo Estadual.

¹ *The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies*, Procedia Manufacturing Volume 8, 2017, Pages 511-516, Ruhet Genç

O Banpará exerce um papel fundamental no desenvolvimento urbano do Estado, vez que prioriza setores como habitação, infraestrutura e prestação de serviços, contribuindo significativamente para melhorar a vida da população paraense, levando bancarização e atendimento digno aos municípios mais distantes no Estado do Pará. Além disso ele poia inúmeras atividades artístico-culturais, educacionais e desportivas, garantindo um lugar de destaque no dia a dia dos paraenses. Desde que iniciou suas atividades, em 1961, o Banpará sempre buscou ser mais que um banco comercial, mas uma instituição relevante na vida de milhões de paraenses.

Além de oferecer produtos e serviços que tem como objetivo melhorar a qualidade de vida dos cidadãos do Estado do Pará, o Banpará desenvolve ações concretas com a intenção de preservar o planeta, para que essa geração e as próximas possam viver com melhor qualidade.

Assim, o desafio da presente ação de comunicação, consiste em transformar a atuação inovadora dos produtos, serviços e práticas do Banpará, no tema Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental, em um diferencial mercadológico e de relacionamento, despertando no público alvo o desejo de tornar-se cliente e de realizar negócios com o Banpará.

6. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

Objetivo Geral

Posicionar o Banpará, no segmento financeiro, como modelo de empresa com atuação concreta em responsabilidade socioambiental, transformando esse pilar em ativo de comunicação e gerando, no público alvo, desejo de se relacionar e consumir os produtos/serviços da marca.

Objetivos Específicos

Público Externo

- A. Reforçar a imagem do Banpará como um banco regional que se preocupa com o bem-estar da sociedade paraense e das futuras gerações, a partir de ações e resultados adotados pela instituição;
- B. Ser uma marca reconhecida pelo público em geral, por suas iniciativas, práticas, produtos e serviços com adicionalidades socioambientais;
- C. Apresentar a sustentabilidade e RSA como força da marca Banpará, buscando atrair e/ou reter clientes das gerações *Y/Millennials* e *Z/Centennials*;

D. Disseminar as boas práticas do Banpará em RSA e sustentabilidade juntos aos acionistas, conselheiros, membros externo de comitês estatutários, fornecedores e formadores de opinião.

Público Interno

Expor a campanha publicitária previamente aos funcionários, com o objetivo de promover a sensibilização desse público, gerando empatia e engajamento às boas práticas do Banco.

7. PÚBLICO ALVO

A. Público Estratégico

- Clientes Pessoa Física;
- Clientes Pessoa Jurídica;
- Sociedade Paraense em geral.

B. Públicos Secundários

Público Interno

- Funcionários Banpará, em todas as unidades

Público Externo

- Acionistas
- Conselho de Administração
- Conselho Fiscal
- Membros Externo dos Comitês Estatutários
- Governo
- Órgãos Reguladores
- Fornecedores
- Formadores de Opinião
- Organizações da Sociedade Civil

8. PRAÇAS

A. Regional (Pará)

B. Municipal, se for o caso, nas principais praças que a licitante considerar importante em termos de relevância para cumprimento dos objetivos de comunicação e considerando o mercado e público-alvo a serem atingidos.

9. PERÍODO

A campanha proposta pela licitante deverá ser planejada para um período de 04 (quatro) meses compreendidos dentro do ano de 2020. As datas de realização da campanha publicitária deverão ser indicadas pela licitante. A agência deverá indicar o calendário de campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação.

10. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

No cálculo de alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e/ou distribuição da campanha publicitária, a licitante deverá utilizar como referencial a verba de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais).

11. APLICABILIDADE DA MARCA

Marca Oficial - Versão Plena Horizontal

A marca Banpará é estruturada para aplicação nas mais variadas situações. Existem duas versões oficiais: plena horizontal e vertical. Elas são constituídas por dois elementos: Símbolo e Logotipo. Nenhum desses elementos podem ser alterado, reposicionado ou separado, com exceção das formas permitidas neste manual. Esta é a versão predominante da marca, devendo ser privilegiada sua aplicação.



Versão Vertical

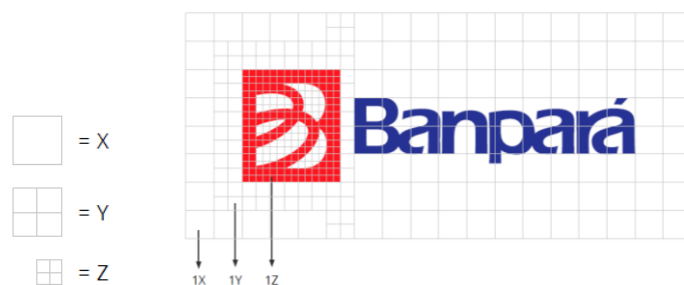
A versão vertical da marca consiste em dois elementos inseparáveis: Símbolo e Logotipo. Existe uma relação fixa entre seus elementos; nenhum deles pode ser alterado, reposicionado ou separado, com exceção das formas permitidas neste manual.

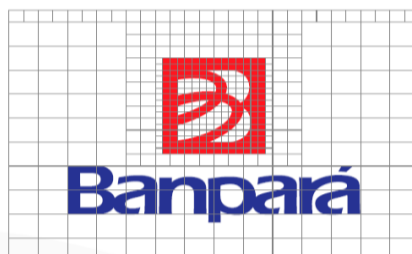


Módulos de Constituição do Grid

O módulo X equivale à metade da altura da letra "B", sendo a referência básica para a construção da marca. O módulo X se subdivide no módulo Y, que equivale a 1/4 de X. O módulo Y se subdivide no módulo Z, que equivale a 1/4 de Y. Estas medidas servem de referência para o posicionamento dos componentes da marca e não devem ser alteradas.

Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca "Banpará", desenvolvemos um grid que assegura a perfeita reprodução e aplicação da marca em qualquer tipo de suporte. No diagrama, o módulo principal X constitui a base do grid, juntamente com as suas subdivisões, formadas pelo módulo Y e Z. A utilização do grid é essencial para o alinhamento da tipografia e dos elementos gráficos que compõem a marca, bem como para a manutenção das proporções, dos espaços e das medidas de sua composição.

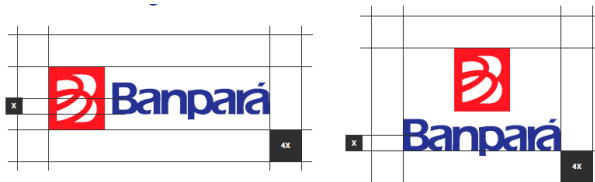




Reserva de integridade

A reserva de integridade determina o espaçamento mínimo de outros elementos em relação à marca Banpará. Seu objetivo é assegurar a integridade visual da marca caso necessite de elementos gráficos ou outras assinaturas que possam dificultar sua visualização.

Orientação: O espaçamento correto (x) é igual a metade da altura da letra “B”.



Redução máxima

A marca em redução máxima deve respeitar as medidas ao lado. Adapte o tamanho da arte somente dentro dos padrões de forma que mantenham a maior qualidade possível.

Não use a marca Banpará em tamanho menor do que o mínimo permitido.



Cores Padrão

A cor, como um componente fundamental na identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta e consistente. A marca “Banpará” possui 2 cores padrão.

A versão quadricromia (CMYK) abaixo serve para orientar a correta aplicação dessas cores, tornando-as um meio rápido e eficaz de reconhecimento visual.



A marca “Banpará” também pode ser utilizada em versão com Slogan de campanha publicitária em vigor, conforme abaixo, mantendo as cores padrão, o dessas cores, e respeitando a integridade da marca.

12. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Resolução 4.327 Banco Central – Dispõe sobre as diretrizes que devem ser observadas no estabelecimento e na implementação da Política de Responsabilidade Socioambiental pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

FEBRABAN, Normativo SARB 14/2014 – Estabelece diretrizes e procedimentos para avaliação e gestão de riscos socioambientais dos negócios geridos pelas instituições financeiras.

Padrões GRI de Relatório de Sustentabilidade – Chamadas G4, são diretrizes para elaboração de relatórios que ajudam a identificar os impactos das operações da organização sobre o meio ambiente, economia e sociedade civil. O objetivo é apontar informações confiáveis, relevantes e padronizadas para que a empresa avalie oportunidades e riscos a partir desses impactos e tome decisões mais embasadas sobre o assunto.

13. CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Público Externo

- Mensagens em extrato;

- Espera telefônica;
- Telas dos terminais de autoatendimento;
- Portal da internet (banpara.b.br)
- Mobile Banpará
- Perfis Banpará nas mídias sociais (Instagram, Facebook e LinkedIn);
- Material de merchandising nas agências.

Público Interno

- Intranet;
- Banpará Notícias (Jornal Interno)
- Banner Interno
- E-mail corporativo

13.1. Mais Informações Institucionais

Internet Banpará banpara.b.br/

Balanços, Demonstrativos e Relatórios ri.banpara.b.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=63763

Relatório de Sustentabilidade ri.banpara.b.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=63757

14. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

Dentre as principais ações de comunicação do Banpará nos últimos anos, com alguma relação ao desafio de comunicação proposto, destacam-se:

O Novo Banco do Povo Paraense

Na década de 90, o Banpará lançou o conceito “O Novo Banco do Povo Paraense”, a comunicação tinha como principal objetivo consolidar a identificação do Banco com a sociedade paraense, como parceiro estratégico do Governo do Estado do Pará.

Cada Dia Melhor Pra Você

Em 2014, com a campanha “Cada dia Melhor Pra Você”, o Banpará destacou seus principais atributos, como um Banco que foca no bem-estar na sociedade paraense, ofertando atendimento digno a todos os paraenses.

Banpará Digital

Em 2017, visando o lançamento da 1º ambiente totalmente digital do país, o Banpará iniciou a campanha da Agência Banpará Digital, enfatizando as principais características de um ambiente pautado na tecnologia e na autonomia do cliente.

Onde Tem Pará, Tem Banpará

Fundamentada no plano de expansão, em 2019, o Banpará lançou o conceito “Onde tem Pará, tem Banpará”, divulgando o principal objetivo que é chegar à municípios onde não há qualquer serviço bancário e oferecer atendimento e transações de qualidade.

15. INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

Segue abaixo informações relativas ao Investimento publicitário

Mídia	2017	%	2018	%	2019	%
Televisão	R\$ 400.000,00	4%	R\$ 500.000,00	5%	R\$ 2.300.000,00	23%
Rádio	R\$ 400.000,00	4%	R\$ 500.000,00	5%	R\$ 600.000,00	6%
Jornais e Revistas	R\$ 400.000,00	4%	R\$ 500.000,00	5%	R\$ 400.000,00	4%
Outros Meios de Comunicação (mídia exterior, mídia indoor, mí- dias digitais, entre outras)	R\$ 4.600.000,00	46%	R\$ 4.500.000,00	45%	R\$ 6.000.000,00	60%
Produção de Agência	R\$ 4.200.000,00	42%	R\$ 4.000.000,00	40%	R\$ 700.000,00	7%

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE:

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

OUTORGADO:

(Representante devidamente qualificado)

OBJETO:

Representar a outorgante na LICITAÇÃO BANPARÁ N°. 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

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

(licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais)

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

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Permanente de Licitação (CPL/BANPARÁ)

Ref. LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

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 ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará referentes a 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: _____ % (valor por extenso).

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, 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 lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____ % (valor por extenso).;

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, 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: _____ % (valor por extenso)

c.1) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a 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.2) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, 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: _____% (valor por extenso);

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 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 11.3 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 V).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a 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, transferindo ao ANUNCIANTE 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 ANUNCIANTE, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

(local e data).

(licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais)

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO COMO MPE

A empresa _____ inscrita no CNPJ/MF nº _____, DECLARA, sob as penas da Lei, para fins de participação na Licitação BANPARÁ nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE que:

Se enquadra na condição de _____ (a licitante deve informar se é microempresa ou empresa de pequeno porte), nos termos do Art. 3º da LC 123, de 14 de dezembro de 2006, e não está inserida em nenhuma das excludentes hipóteses do § 4º do mesmo Artigo, estando apta a usufruir do tratamento favorecido em licitações, previsto na referida Lei Complementar.

Localidade, _____ de _____ de _____

Assinatura do representante legal da empresa
Nome/RG/CPF

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º _____, PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI FIRMAM, DE UM LADO, O BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ, E DE OUTRO, A EMPRESA _____ E A EMPRESA _____.

Pelo presente instrumento, o BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ S/A, instituição financeira sob a forma de sociedade de economia mista, com sede em Belém do Pará, na Avenida Presidente Vargas, nº 251, Bairro Comércio, CEP. 66.010-000, Belém-PA, inscrito no Ministério da Fazenda sob o CNPJ nº 04.913.711/0001-08, neste ato representada legalmente por dois de seus Diretores infra-assinados, doravante denominado BANPARÁ, de um lado e, de outro, a empresa _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o nº _____ com sede na _____, neste ato representada por _____, doravante designada CONTRATADA e a empresa _____, inscrita no CNPJ(MF) sob o nº _____ com sede na _____, neste ato representada por _____, doravante designada CONTRATADA, em face da autorização do (a) _____ do BANPARÁ, de __/__/____, constante do Processo Administrativo nº _____, Licitação BANPARÁ nº 01/2019 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE, têm justo e contratada a prestação dos serviços objeto deste instrumento, vinculada ao respectivo edital e seus anexos e à proposta apresentada pela CONTRATADA no referido certame.

Sujeitam-se as partes contratantes às normas constantes da Lei nº 13.303, de 30/06/2016 e suas alterações posteriores, do Regulamento de Licitações e Contratos do BANPARÁ, dos preceitos de Direito Privado, e, complementarmente, das Leis nº. 12.232 de 29 de abril de 2010, nº 4.680, de 21.06.1993, nº 12.846 de 01.08.2013, dos Decretos nº. 6.555, de 08.09.2008, nº.57.690, de 01.02.66, nº. 4.563, de 31.12.2002, nº. 3.722, de 09.01.2001, e bem como às cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente contrato objetiva a prestação de serviços de Publicidade ao BANPARÁ e, se necessário, às empresas que a integram e que venham a integrá-la em forma de conglomerado empresarial.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade 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 distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou informar o público em geral, no Brasil e no exterior.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

II. à produção e execução técnica das peças e/ou material e projetos publicitários criados pelas Agências contratadas;

III. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias.

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem I, do item 1.1.1.1, terão a finalidade de:

I. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do BANPARÁ, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

III. possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças realizadas em decorrência da execução deste contrato.

1.2. Para fins deste contrato, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção, patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2.1. Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação

1.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução do objeto previsto na cláusula primeira deste contrato.

1.4. A CONTRATADA atuará por conta e ordem do BANPARÁ, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados para a execução das atividades complementares de que trata o item 1.1.1.1, e de veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.5. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação do BANPARÁ, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos no objeto do contrato.

1.6. Para a execução dos serviços objeto deste contrato, haverá procedimento de seleção interna entre as CONTRATADAS, observados os mesmos critérios avaliados na proposta técnica – Plano de Comunicação Publicitária da licitação, quais sejam Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

a) Raciocínio Básico - o grau de entendimento e compreensão do briefing.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária - a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária.

c) Ideia Criativa - a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades do BANPARÁ; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos.

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

1.7. Os serviços serão prestados em todo o território nacional e em todos os mercados internacionais de interesse de atuação do BANPARÁ, de acordo com as necessidades da Empresa.

CLÁUSULA SEGUNDA – DOS REQUISITOS E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

2.1. Requisitos para a Execução dos Serviços

2.1.1. As CONTRATADAS deverão comprovar, no máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possuem no Estado do Pará, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao BANPARÁ, representada, no mínimo, pelos profissionais de direção das áreas de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia e integração e inovação, de comprovada capacitação técnica e experiência no mercado, para a execução dos serviços objeto do Contrato.

2.1.1.1 Para comprovação dos requisitos de escolaridade, serão aceitos diploma ou declaração de conclusão, emitidos pela instituição de ensino, em qualquer área de formação.

2.1.1.2 Para comprovação dos requisitos de experiência, será aceito currículo profissional.

2.1.2 Os profissionais alocados em escritórios fora do Estado do Pará deverão estar disponíveis para realizar reuniões com o BANPARÁ via audioconferência e videoconferência, em ferramentas a serem disponibilizadas pela CONTRATADA, ou presenciais, conforme conveniência do BANPARÁ.

2.1.4 A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se da 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 previstas.

2.1.5 A CONTRATADA deve manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará a CONTRATADA perante o BANPARÁ.

2.1.6 Os profissionais especializados no planejamento, na criação de campanhas e os de atendimento ao BANPARÁ, descritos no item 2.1.2 deste instrumento, deverão possuir experiência também nesses serviços para as plataformas digitais.

2.1.7 Durante a vigência deste contrato, a CONTRATADA deve atender o BANPARÁ em regime de exclusividade, sendo vedada a manutenção de contratos de prestação de serviços de publicidade e comunicação a quaisquer empresas concorrentes do BANPARÁ.

2.1.8 A CONTRATADA deve providenciar documentos de liberações, licenças, permissões e/ou autorizações que lhe permita a utilização de fotografias, materiais, artes ou qualquer bem tangível, na execução e divulgação dos serviços contratados, responsabilizando-se pela fiel observância dos limites fixados nos documentos retromencionados.

2.1.9 A CONTRATADA responderá por qualquer ação 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.

2.1.10 As campanhas publicitárias deverão acompanhar as novas tecnologias em uso no mercado, privilegiando sempre a eficácia na comunicação.

2.1.10.1 As evoluções nos formatos e as tecnologias adotadas deverão atender as necessidades de mercado, sempre melhorando a posição mercadológica do BANPARÁ.

2.1.11 A CONTRATADA, quando demandada em campanha publicitária e/ou em caráter de rotina, atenderá as necessidades de publicidade e comunicação fornecendo peças publicitárias também para ambiente digital.

2.1.12 O prazo para entrega de serviços e peças (online e off-line) serão definidos pelo BANPARÁ no briefing da campanha, considerando a urgência e complexidade da demanda.

2.1.12.1 Poderão ser encaminhadas solicitações emergenciais, sendo que os prazos de entrega deverão ser acordados entre o BANPARÁ e a CONTRATADA, priorizando-as sobre as demais demandas.

2.1.12.2 A recusa ou solicitação de ajustes de qualquer serviço, inclusive de veiculação e distribuição, por parte do BANPARÁ não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo sua expressa concordância.

2.1.13 A CONTRATADA deve apresentar estratégia de campanha e plano de integração de meios (eletrônicos, impressos e digitais), compreendendo a visão integrada dos meios, do conceito criativo e da elaboração do layout, a ser adotada na comunicação.

2.1.13.1 As campanhas publicitárias para ambiente digital devem obedecer às diretrizes do BANPARÁ, com aproveitamento de recursos de divulgação, publicidade e de prestação de serviços facilitados e viabilizados pelo advento da tecnologia de comunicação de dados por meio da Internet, visando interatividade, personalização, globalização, integração, aproximação, convergência e democratização da informação.

2.1.13.2 As CONTRATADAS devem monitorar diariamente, ou até mesmo em tempo real, a veiculação das campanhas em ambiente digital, de modo a otimizar a performance, gerando análises, relatórios e recomendações de eventuais ajustes para atingimento dos objetivos planejados.

2.1.13.2.1 As recomendações que implicam em ajustes na estratégia de mídia ou em novas peças digitais devem ser implementadas tempestivamente e dentro do período de veiculação anteriormente definido, a fim de garantir os objetivos estabelecidos pelo BANPARÁ a cada campanha.

2.1.14 No caso de necessidade de ajustes no todo ou em parte de qualquer serviço, inclusive de veiculação e distribuição, originários de não adequação do serviço apresentado pela CONTRATADA à demanda realizada pelo BANPARÁ, a CONTRATADA, deverá adotar imediatamente as providências necessárias para sua plena regularização a suas expensas.

2.1.14.1 Na hipótese de cancelamento ou ajuste do serviço demandado, no todo ou em parte, por decisão unilateral do BANPARÁ, serão respeitados:

I. os honorários da CONTRATADA e as obrigações contratuais por ela já assumidas junto a terceiros, desde que a contratação de fornecedores tenha sido devidamente aprovada pelo BANPARÁ;

II. os serviços realizados até a data das citadas hipóteses, efetivamente comprovados, e que esses serviços não tenham sido a causa daquelas eventuais ocorrências.

2.2. Forma de solicitação, entrega e controle das demandas de Produção

2.2.1 As demandas de Produção serão encaminhadas pelo BANPARÁ à empresa CONTRATADA, por meio de inserção no sistema em uso no BANPARÁ.

2.2.1.1 As CONTRATADAS deverão se adequar a ferramenta, no prazo máximo de até 30 dias corridos após a assinatura do contrato.

2.2.1.2 As CONTRATADAS deverão providenciar a evolução da ferramenta, para viabilizar a gestão orçamentária e integração com outros sistemas.

2.2.2 A CONTRATADA deverá providenciar a hospedagem da ferramenta em ambiente seguro e, caso ocorra indisponibilidade, a CONTRATADA se compromete a manter a prestação dos serviços, ainda que em outros sistemas, se necessário.

2.2.3 O BANPARÁ poderá a qualquer tempo utilizar sistema próprio de gestão e controle de demandas, comunicando a CONTRATADA com antecedência de 30 (trinta) dias para a adoção desse aplicativo e demais medidas que forem necessárias para a migração das informações.

2.2.4 Ao final deste contrato, a CONTRATADA se obriga a disponibilizar todos os dados da ferramenta para o BANPARÁ utilizá-la, como julgar conveniente.

2.2.5 Acervo de Campanhas em Ambiente Digital.

2.2.5.1 As CONTRATADAS deverão disponibilizar em ambiente internet solução que contenha todas as peças produzidas nas campanhas para consulta e armazenamento das peças online e off-line produzidas e veiculadas pelo BANPARÁ.

2.2.5.1.1 Essa solução, doravante denominada “Acervo de campanhas”, deve possuir interface amigável para acesso via computadores, tablets e celulares, permitindo visualização das peças por campanha, categorizadas por tipo, bem como resumos executivos com descrição, período, peças, incluindo as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos, quando for o caso, e resultado das campanhas (público impactado pela campanha).

2.2.5.2 O “Acervo de Campanhas” deve permitir o armazenamento de todas as peças impressas, eletrônicas e digitais, em alta resolução, com as suas respectivas versões homologadas e entregues para veiculação.

2.2.5.3 Os arquivos das peças disponibilizadas na ferramenta devem ter versões de consulta para acesso e visualização via celular.

2.2.5.4 O modelo da ferramenta “Acervo de Campanhas”, assim como os campos e itens da ferramenta, serão apresentados pelo BANPARÁ tão logo ocorra a assinatura do contrato, para que seja viabilizada a sua utilização em até 90 dias corridos após a assinatura do contrato.

2.2.5.5 A empresa contratada se obriga a disponibilizar ao BANPARÁ arquivo contendo backup da base de dados da ferramenta, assim como de todo o material produzido pela CONTRATADA para o contrato.

2.2.5.6 A CONTRATADA deverá providenciar a hospedagem da ferramenta em ambiente seguro e, caso ocorra indisponibilidade, a CONTRATADA se compromete a manter a prestação dos serviços, ainda que em outros sistemas, se necessário.

2.2.5.7 O BANPARÁ poderá, a qualquer tempo, utilizar sistema próprio, comunicando a CONTRATADA com antecedência de 30 dias corridos para a adoção deste aplicativo e demais medidas que forem necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização.

2.2.5.8 O BANPARÁ poderá acessar todos os dados do sistema, inclusive fazer download e solicitar a emissão de relatórios por ele disponibilizados.

2.2.5.9 O acesso ao conteúdo do “Acervo de Campanhas” deverá ser controlado e seguro, permitindo-se somente aos empregados do BANPARÁ e da CONTRATADA, devidamente cadastrados, de forma que não exponha qualquer estratégia ou dados de campanhas do BANPARÁ.

2.2.5.10 Ao final do contrato, a CONTRATADA se obriga a disponibilizar todos os dados da ferramenta para o BANPARÁ utilizá-lo, caso julgue conveniente.

2.2.6 Além da armazenagem das campanhas produzidas, a CONTRATADA se obriga a disponibilizar na ferramenta o trânsito online de peças em fase de aprovação, que permita o acesso conforme detalhado no item 2.2.5.1.1.

2.3 Procedimentos Operacionais de Mídia

2.3.1 As CONTRATADAS deverão disponibilizar, em conjunto, uma ferramenta de controle de mídia, no prazo máximo de até 30 dias corridos após a assinatura do contrato.

2.3.1.1 Esta ferramenta, a ser utilizada operacionalmente pelas CONTRATADAS, pelo Núcleo de Apoio do BANPARÁ deverá prever o controle de todas as etapas, utilizando como referência os seguintes parâmetros:

a) Cadastramento dos veículos de comunicação, com especificações como cobertura, praça de origem, números que demonstrem sua visibilidade, como audiência, tiragem, circulação, e outros critérios que porventura forem desenvolvidos, declarados ou auditados (com a observação devida), participação (share) de mercado e tabelas de preço atualizadas;

b) Cadastramento dos contratos/acordos firmados com veículos, contendo:

- i. identificação do contrato/ acordo com número da carta de autorização e nome do Projeto (se for o caso);
- ii. movimento mensal (financeiro e veiculações);
- iii. direcionamento da verba conforme o caso;
- iv. divisão da verba por Agências e por mês;
- v. esquema comercial completo, com quantidade e custo unitário negociado por item comercial e rentabilidade;
- vi. veículo principal e veículos envolvidos;
- vii. período de veiculação;
- viii. finalização do contrato;
- ix. controle das inserções, reaplicações e bonificações, com cronograma, por quantidade, valor, meio e veículos;
- x. controle de pagamento, informando as notas fiscais com descrição do número, data de emissão e vencimento, valor e objeto.

c) Controle de verbas autorizadas pelo BANPARÁ, em separado, para as definidas como BANPARÁ (Mercadológica e Institucional), Cartões e Loterias, e outras que o BANPARÁ porventura defina no decorrer do contrato, contendo:

- i. controle diário do saldo utilizado e disponível por categoria de verba;
- ii. controle investimento Regional e Nacional, por meio e veículo;
- iii. emissão de relatórios mensais e ao final de cada ano, relativos ao investimento, por meio, regional e nacional.

d) Controle de Inserções:

- i. controle por quantidade e valor das inserções;
- ii. controle das reaplicações e bonificações;

iii. registro de PI (pedido de inserção).

e) Emissão de Relatórios gerenciais, por campanha e/ou projetos especiais, contendo:

i. inserções por veículos;

ii. controle financeiro de acordo com a veiculação, pelo valor autorizado e ajustado e utilização por Agência;

iii. abatimentos e compensações, no caso de falhas nas veiculações;

iv. saldo das verbas autorizadas definidas como reserva de mídia;

v. investimento por grupo de cidades, conforme a população e por meio e veículos;

vi. relatório mensal apresentando o saldo restante da respectiva verba após o lançamento individual de cada ação/campanha contratada;

2.3.1.2 O modelo da ferramenta de controle de mídia, assim como os campos e itens da ferramenta, serão apresentados pelo BANPARÁ tão logo ocorra a assinatura do contrato, para que seja viabilizada a sua utilização em até 30 dias corridos após a assinatura do contrato.

2.3.1.3 As CONTRATADAS se obrigam a disponibilizar ao BANPARÁ arquivo contendo backup da base de dados da ferramenta, assim como de todo o material produzido pelas CONTRATADAS para o contrato.

2.3.1.4 As CONTRATADAS deverão apresentar e providenciar a hospedagem da ferramenta em ambiente seguro e, caso ocorra indisponibilidade, as CONTRATADAS se comprometem a manter a prestação dos serviços, ainda que em outros sistemas, se necessário.

2.3.1.5 O BANPARÁ poderá acessar online todos os dados do sistema, inclusive fazer download e solicitar a emissão de relatórios por ele disponibilizados.

2.3.1.6 O BANPARÁ poderá a qualquer tempo utilizar sistema próprio de gestão e controle de mídia, comunicando as CONTRATADAS com antecedência de 30 dias para a adoção deste aplicativo e demais medidas que forem necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização.

2.3.1.7 Ao final do contrato, a CONTRATADA se obriga a disponibilizar todos os dados da ferramenta para o BANPARÁ utilizá-lo, caso julgue conveniente.

2.3.2 As CONTRATADAS deverão apresentar os planejamentos da mídia – acompanhados de simulações e de justificativas técnicas, em todo o território nacional – contemplando a mídia impressa, eletrônica, alternativa ou qualquer outro meio de divulgação.

2.3.3 As CONTRATADAS deverão acompanhar, nos relatórios de pesquisas disponíveis, as práticas de mídia dos principais concorrentes do BANPARÁ, bem como apresentar estudos relativos à utilização de mídias inovadoras e alternativas.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1. Para a execução dos serviços objeto deste contrato, haverá procedimento de seleção interna entre as CONTRATADAS, conforme metodologia publicada no site www.banpara.b.br, observados os mesmos critérios avaliados na proposta técnica – Plano de Comunicação Publicitária da licitação, quais sejam Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

a) Raciocínio Básico - o grau de entendimento e compreensão do briefing (peso 1).

b) Estratégia de Comunicação Publicitária - a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária (peso 2).

c) Ideia Criativa - a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades do BANPARÁ; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos. (peso 4).

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia - o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados; a criatividade em mídia. (peso 3).

CLÁUSULA QUARTA – DA EXCLUSIVIDADE, SIGILO E DIREITOS AUTORAIS

4.1. A CONTRATADA obriga-se a não manter contratos de prestação de serviços de publicidade com empresas concorrentes do BANPARÁ, e a manter, por si, por seus prepostos e eventuais fornecedores contatados, irrestrito sigilo de todas as atividades desempenhadas em relação a esses serviços.

4.1.1. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato, sujeitando-se a CONTRATADA às penas da lei, inclusive no que tange à Lei nº 9.279/1996, e às perdas e danos previstos na legislação ordinária.

4.2. A CONTRATADA cede ao BANPARÁ, de forma total e definitiva, os direitos autorais e patrimoniais de uso das ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato, sem prejuízo da preservação da identificação dos respectivos autores e da responsabilidade técnica a eles atribuída.

4.2.1 O valor dessa cessão está incluso no preço proposto para a prestação dos serviços objeto desta licitação.

4.2.2 O BANPARÁ, à seu juízo, poderá utilizar referidos direitos, diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e após seu término ou eventual rescisão, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais, sem que lhe caiba quaisquer ônus perante as CONTRATADAS.

4.2.3 A critério do BANPARÁ, as peças criadas pelas CONTRATADAS poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da Administração Pública Estadual, sem que lhe caiba quaisquer ônus perante as CONTRATADAS.

4.2.4 A seu critério, o BANPARÁ poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades e sociedade integrantes da Administração Pública Estadual. Nesses casos, quando couber, as CONTRATADAS ficarão responsáveis pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

4.3 Em todas as contratações efetuadas pela CONTRATADA que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada fornecedor dois orçamentos para a execução do serviço – um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos – para que o BANPARÁ escolha uma das opções.

4.3.1 Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do fornecedor à aceitação dos prazos de validade de direitos autorais estipulados conforme a necessidade de comunicação específica do BANPARÁ e utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

4.3.2 Quando o BANPARÁ optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar nos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas, bem como na prestação de outros serviços, cláusulas escritas estabelecendo:

a) a cessão total e definitiva ao BANPARÁ, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e os demais trabalhos assemelhados;

b) que o BANPARÁ poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

4.3.3 As CONTRATADAS se comprometem a fazer constar nos respectivos ajustes que vierem a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, de documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) que ao BANPARÁ serão entregues duas cópias digitalizadas (DVD), de todo material bruto produzido.

b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao BANPARÁ, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c) que qualquer remuneração devida, decorrente dessa cessão, será sempre considerada como já inclusa no custo de produção.

4.4. Qualquer remuneração devida, inclusive a terceiros, em decorrência da cessão, definitiva ou por tempo limitado, está inclusa no custo de produção.

4.5. Em todos os orçamentos de produção a CONTRATADA deve fazer constar, em destaque, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

4.6. Na reutilização de peças (inclusive fotos) em meios iguais e por período igual ao inicialmente pactuado, o valor a ser pago pelo BANPARÁ será de, no máximo, 50% (cinquenta por cento) do valor orçado/contratado, exclusivamente para o cachê de modelos/atores e para os honorários do fotógrafo, pelos direitos de uso de imagem.

4.6.1. No caso de o orçamento/contrato contemplar mais de uma peça/foto e não tiverem sido especificados os preços unitários dos cachês de modelos/atores e dos honorários do fotógrafo, o percentual incidirá, no máximo, sobre o preço unitário apurado de acordo com simples regra de três.

4.7. Na reutilização das peças fonográficas em meios iguais e por período igual aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pelo BANPARÁ será de até 50% (cinquenta por cento) do valor contratado.

4.8. Na reutilização de peças audiovisuais em meios, período e demais condições iguais aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pelo BANPARÁ será de até 50% (cinquenta por cento) dos cachês dos atores e dos honorários do diretor, pelos direitos de uso de imagem.

4.9. Na reutilização de peças em meios iguais e por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo BANPARÁ aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de até 50% (cinquenta por cento).

4.10. Para reutilização de peças por períodos inferiores aos inicialmente pactuados, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

CLÁUSULA QUINTA – DA APROVAÇÃO PRÉVIA

5.1. Além de autorização para desenvolvimento de ações de publicidade, deverá ser obtida aprovação prévia do BANPARÁ para:

a) Texto, layout, arte-final, roteiro, story-board e quaisquer outros instrumentos, provas matérias ou matérias-primas necessárias à execução de ação de comunicação ou campanha publicitária;

b) Planos de mídia;

c) Estimativas de custos dos vários itens referentes à publicidade e propaganda;

d) Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais trabalhos;

e) Contratação de fornecedores.

CLÁUSULA SEXTA – DOS PRAZOS DE ENTREGA/EXECUÇÃO

6.1. O planejamento e a execução das ações/campanhas devem ser realizados de maneira integrada, considerando as plataformas de comunicação online e off-line.

6.1.1. A CONTRATADA deve definir, em seu quadro, o profissional responsável por responder ao BANPARÁ pelo alinhamento dessas plataformas de comunicação.

6.2 O prazo para entrega de serviços e peças (online e off-line) serão definidos pelo BANPARÁ em briefing da campanha, considerando a urgência e complexidade de cada demanda.

6.3 Durante todo o período do contrato, as CONTRATADAS deverão manter, às suas expensas, em ambiente internet, solução que trafegue e armazene todas as peças das campanhas publicitárias produzidas pelo BANPARÁ, além do planejamento, planos de mídia, valores investidos e pesquisas relacionadas às ações/campanhas.

6.3.1 As peças para aprovação do BANPARÁ deverão ser disponibilizadas pela CONTRATADA em meio eletrônico, na mesma solução, bem como em meio físico.

6.4 Poderão ser encaminhadas solicitações emergenciais, sendo que os prazos de entrega deverão ser acordados entre o BANPARÁ e as CONTRATADAS, priorizando-as sobre as demais demandas.

6.5 A recusa ou solicitação de ajustes por parte do BANPARÁ de qualquer serviço, inclusive de veiculação e distribuição, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo sua expressa concordância.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

7.2 Guiar-se pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, pelo Código de Ética do BANPARÁ, pela Lei nº 12.846/2013 e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;

7.3 Executar os serviços de acordo com as características estabelecidas pelo BANPARÁ, e submeter à aprovação desta;

7.4 Contratar profissionais de comprovada capacitação técnica e experiência no mercado, para a execução dos serviços objeto do Contrato.

7.5 Garantir que os integrantes de seu corpo técnico executem pessoal e diretamente as obrigações a eles imputadas, quando a respectiva relação for apresentada em procedimento licitatório ou em contratação direta.

7.6 Consultar o BANPARÁ previamente sobre a pretensão de substituição de qualquer profissional que tenha sido indicado na proposta licitada.

7.7 Fornecer ao BANPARÁ, para cada produção de peças publicitárias, cópias de todas as peças produzidas, hospedadas no ambiente digital especificado no item 2.2.5 deste Contrato.

7.7.1 As CONTRATADAS também devem entregar ao BANPARÁ, quando solicitado, as peças produzidas nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD;

b) Internet: cópias em CD/DVD;

c) Rádio: cópias em CD/DVD;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD/DVD, com arquivos em alta resolução, abertos.

7.8 Manter durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

7.9 Entregar para o BANPARÁ, em até 10 dias após a data do início da veiculação/produção da ação, o backup dos arquivos com todas as peças gráficas e eletrônicas produzidas, as quais comporão o acervo da publicidade do BANPARÁ.

7.9.1 A entrega do backup será feita em arquivos em ambiente digital, especificado no item 2.2.5 deste Contrato.

7.10 Entregar para o BANPARÁ, até dia 10 do mês subsequente ao da execução da ação, arquivo com as informações contendo os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, os valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço prestado por fornecedores e de cada meio de divulgação e padronizados de acordo com o modelo a ser fornecido pelo BANPARÁ, para publicação em seu Portal da Transparência.

7.11 Apresentar, mensalmente, as seguintes informações ao BANPARÁ:

- a) Levantamento atualizado e cumulativo dos investimentos realizados pelo BANPARÁ em mídia, classificados por ação de comunicação e/ou campanha, meio, veículo e período de veiculação, incluindo ainda os valores de tabela e percentuais de descontos concedidos pelos veículos de comunicação;
 - b) Levantamento atualizado e cumulativo dos investimentos realizados pelo BANPARÁ em produção, classificados por ação de comunicação e/ou campanha, tipo de publicidade, tipos e quantidades de peças produzidas, período de produção;
 - c) Relatórios de audiência com as emissoras de TV do mercado;
 - d) Relatório de mídia avulsa, incluindo as propostas avaliadas e as contratadas.
 - e) Relatórios de acompanhamento da concorrência, contendo resumo quantitativo e qualitativo das ações realizadas nas mídias impressa, exterior e eletrônica, com os correspondentes investimentos realizados.
- 7.12 Submeter à apreciação e aprovação prévia do BANPARÁ, provas e demais matérias-primas necessárias para a produção, que reproduzam fielmente a(s) peça(s) final(is) a ser(em) distribuída(s).
- 7.13 Prestar esclarecimentos ao BANPARÁ, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação do BANPARÁ.
- 7.14 Solicitar previamente ao BANPARÁ autorização para a participação em concursos com trabalhos que tenham sido desenvolvidos para o BANPARÁ.
- 7.15 Fornecer, em meio eletrônico – HD externo ou similar, ao final de cada exercício, um portfólio de peças desenvolvidas para as ações de marketing do BANPARÁ, realizadas durante a vigência do Contrato, organizadas por ação, meio, produto ou serviço, com os respectivos investimentos realizados e resultados obtidos a partir das intervenções executadas, com objetivos de consulta e/ou reutilização de peças, observados os direitos de uso e imagem.
- 7.16 Oferecer para o BANPARÁ, no mínimo semestralmente, palestras e workshops relativos a assuntos de publicidade, marketing e propaganda, visando demonstrar a atualização constante dos profissionais das CONTRATADAS.
- 7.17 As CONTRATADAS, em conjunto e a suas expensas, deverão:
- a) instituir e manter acervo integrado, em meio virtual, com acesso online para o BANPARÁ, com as peças produzidas durante a execução contratual e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
 - b) criar e manter banco de imagens integrado, em meio virtual, com acesso online para o BANPARÁ, com as fotos e imagens produzidas e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 7.18 Cabe a CONTRATADA observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao BANPARÁ:
- a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados;
 - b) Apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Referências de Custos - SIREF, disponibilizado pela SECOM/PR a todos os órgãos integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares à execução do objeto do contrato;
 - c) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado no ramo de fornecimento pretendido;
 - i. A CONTRATADA deverá promover sistemática de revezamento na prospecção de mercado, buscando contemplar o maior número de fornecedores, desde que aptos e com porte compatível para a prestação de serviços ao BANPARÁ.
 - d) Exigir do fornecedor que constem da cotação, os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
 - e) A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome 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;

f) Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuinte estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

7.19 No caso da contratação de fornecedores, as CONTRATADAS devem realizar pesquisa de mercado e submeter ao BANPARÁ, no mínimo 3 (três) orçamentos para cada serviço a ser contratado, originais e devidamente assinados pelos respectivos representantes das empresas fornecedoras ou, em caso de impossibilidade, apresentar justificativa técnica devidamente formalizada.

7.20 Os orçamentos referidos no item 9.18 devem ser obtidos entre pessoas que atuem no mercado, no ramo de fornecimento do serviço pretendido e cabe à CONTRATADA promover rotatividade entre os fornecedores cotados, desde que aptos e com porte compatível para a prestação de serviços ao BANPARÁ.

7.21 Os orçamentos apresentados devem conter os custos especificados por itens.

7.22 Quando o fornecimento de bens ou serviços, exceto compra de mídia, tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, neste caso, as CONTRATADAS coletarão, no mínimo 3 (três) orçamentos, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do BANPARÁ.

7.23 Os envelopes com as propostas serão abertos em data e local previamente marcados pelas CONTRATADAS, com a presença dos fornecedores.

7.24 As CONTRATADAS devem registrar em Ata a abertura das propostas, identificando e registrando o fornecedor que apresentou a proposta mais vantajosa para o BANPARÁ.

7.25 O BANPARÁ se reserva o direito de enviar representante às reuniões para acompanhar a abertura das propostas.

7.26 O BANPARÁ procederá a verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

7.26.1 O BANPARÁ se reserva o direito de solicitar negociação dos preços apresentados, mesmo que nas cotações realizadas por envelopes fechados.

7.27 O BANPARÁ poderá, a qualquer tempo e a seu critério, buscar junto ao mercado orçamentos para a execução dos serviços objeto do contrato, sem a intermediação das CONTRATADAS.

7.28 As CONTRATADAS se obrigam ainda:

7.28.1 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao BANPARÁ as vantagens obtidas.

7.28.2 Garantir a transferência ao BANPARÁ de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

7.29 É vedada a contratação pelas Contratadas de empresa ou consórcio especializados para a execução de atividades complementares ao objeto que tenha(m) participado:

I – Do procedimento licitatório do qual se originou a contratação;

II – Direta ou indiretamente, da elaboração de projeto básico ou executivo.

7.30 Quando da contratação de seus fornecedores, as CONTRATADAS obrigam-se a exigir de seus fornecedores as mesmas condições estabelecidas na licitação, no que se refere à apresentação de regularidade jurídica e regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), bem como no que tange aos segredos de veiculação, respondendo solidariamente com os fornecedores contratados por toda e qualquer infração eventualmente cometida.

7.30.1 O BANPARÁ poderá, quando entender necessário, verificar o cumprimento dessas condições pelas CONTRATADAS.

7.31 Para análise da empresa especializada para a qual eventualmente for proposta a contratação para a execução de atividades complementares ao objeto, As CONTRATADAS devem exigir de seus fornecedores contratados e submeter à manifestação do BANPARÁ, nos mesmos limites exigidos da licitante no item do edital que trata de habilitação:

a) regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

b) a documentação relativa à regularidade jurídica;

c) a qualificação técnica, em relação ao objeto da contratação.

7.32 Na eventualidade da contratação de qualquer serviço a ser desempenhado por fornecedores, no qual as CONTRATADAS ou seus funcionários, direta ou indiretamente, tenham interesses financeiros, inclusive de participação societária, as CONTRATADAS devem informar ao BANPARÁ esse vínculo e obter sua aprovação antecipada para contratar tal fornecedor.

7.33 Os preços propostos para a realização de quaisquer serviços são de exclusiva responsabilidade das CONTRATADAS, não lhes cabendo o direito de pleitear nenhuma alteração para mais, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.34 Não é admitida a contratação de fornecedores pelas CONTRATADAS para a execução dos serviços de planejamento, estudo, criação e concepção.

7.35 As CONTRATADAS devem formar um cadastro único de fornecedores (banco de dados), agrupados por demanda e serviço, identificando as cotações apresentadas e a empresa efetivamente contratada.

7.35.1 Esse cadastro de fornecedores deve ser disponibilizado ao BANPARÁ, de maneira online, dentro do sistema de demandas de Produção indicado no item 2.2.1 deste Contrato.

7.35.2 A gestão desse cadastro único de fornecedores ficará a cargo da célula de Produção do Núcleo de Apoio ao BANPARÁ.

7.36 Os orçamentos que servirão de base para a criação e atualização deste cadastro deverão estar disponíveis em arquivo digitalizado e deverão ser disponibilizados ao BANPARÁ sempre que solicitado.

7.37 Para o fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, a CONTRATADA deverá observar a condição de serem oriundos de pessoas físicas e jurídicas integrantes do cadastro, constante no sistema de gerenciamento de cadastro da SECOM.

7.38 Tomar conhecimento dos termos da Lei nº 12.846/2013 e de suas regulamentações, reconhecendo sua responsabilidade objetiva pelos atos praticados em seu interesse ou benefício, por qualquer pessoa que o presente.

7.39 Adotar as medidas pertinentes no seu âmbito de atuação e influência, para combater a prática de atos lesivos à Administração Pública, conforme identificados na Lei nº 12.846/2013.

7.40 Manter uma conduta pautada por elevados padrões de ética e integridade, capaz de assegurar relações sustentáveis, compatíveis com a legislação e o interesse público, observando com rigor as premissas norteadoras de comportamento estabelecidas no Código de Conduta do Fornecedor BANPARÁ, entregue à Contratada no ato da assinatura deste instrumento contratual.

7.41 Executar, perfeita e integralmente, os serviços contratados, nos horários estabelecidos pelo BANPARÁ e nos prazos ajustados, por meio de pessoas idôneas/tecnicamente capacitadas, obrigando-se a indenizar o BANPARÁ, mesmo em caso de ausência ou omissão de fiscalização de sua parte, por quaisquer danos causados às suas instalações, móveis, utensílios, máquinas e equipamentos, quer sejam eles praticados por empregados, prepostos ou mandatários seus. A responsabilidade estender-se-á aos danos causados a terceiros durante a prestação dos serviços.

7.42 Recrutar e contratar a mão-de-obra especializada, em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade do BANPARÁ, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos, inclusive os relativos aos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda, total responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos de seus empregados, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica, controle de frequência, ausências permitidas, licenças autorizadas, férias, punições, admissões, demissões, transferências, promoções, etc.

7.43 Conferir e atestar os serviços prestados, garantindo que os mesmos atingem o nível de adequação descrito pelo BANPARÁ, cumprindo, rigorosamente, os prazos estabelecidos pelo BANPARÁ e responsabilizando-se por quaisquer prejuízos que suas falhas ou imperfeições venham causar ao BANPARÁ ou a terceiros, de modo direto ou indireto, além de realizar novamente o serviço incorreto, se for o caso, sem quaisquer ônus para o BANPARÁ.

- 7.44 Diligenciar para que seus empregados tratem com urbanidade o pessoal do BANPARÁ, clientes, visitantes e demais contratados.
- 7.45 Dar ciência ao BANPARÁ, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar na prestação dos serviços.
- 7.46 Prestar os esclarecimentos que lhe forem solicitados, atendendo prontamente a todas as reclamações e convocações do BANPARÁ.
- 7.47 Assumir todas as despesas e ônus relativos ao pessoal e quaisquer outros oriundos, derivados ou conexos com o contrato, ficando ainda, para todos os efeitos legais, consignada, pela CONTRATADA, a inexistência de qualquer vínculo empregatício entre seus empregados/prepostos e o BANPARÁ.
- 7.47.1 Agir com total diligência em eventuais reclamações trabalhistas promovidas por seus empregados que estejam ou, em algum momento, estiveram envolvidos na prestação de serviços objeto deste contrato, comparecendo em todas as audiências designadas, apresentando as necessárias contestações e recursos cabíveis, ainda que extinta a relação contratual com o BANPARÁ. A omissão da CONTRATADA, nas demandas dessa natureza, será considerada falta grave, sujeitando-se à aplicação das sanções previstas neste contrato, assegurada a prévia defesa.
- 7.48 Indenizar todas as despesas e custos financeiros que porventura venham a ser suportados pelo BANPARÁ, por força de sentença judicial que reconheça a responsabilidade subsidiária ou solidária do BANPARÁ por créditos devidos aos empregados da CONTRATADA, ainda que extinta a relação contratual entre as partes.
- 7.49 Respeitar e fazer cumprir as normas de segurança e medicina do trabalho previstas na legislação pertinente, inclusive quanto à necessidade de constituição de CIPA, se for o caso, nos termos da “Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e Emprego”.
- 7.50 Assumir total responsabilidade sobre os equipamentos, móveis e utensílios, que porventura sejam colocados à disposição para a prestação dos serviços, garantindo-lhes a integridade e ressarcindo o BANPARÁ das despesas com manutenção corretiva decorrente de má utilização, ou restituindo o bem ou o seu correspondente valor, no caso de perda.
- 7.51 Fornecer ao BANPARÁ, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, sempre que solicitado, planilha detalhada dos insumos que compõem o preço contratado.
- 7.52 Manter, sob as penas da lei, o mais completo e absoluto sigilo sobre quaisquer dados, informações, documentos, especificações técnicas e comerciais do BANPARÁ, de que venha a tomar conhecimento, ter acesso ou que lhe tenham sido confiados, sejam relacionados ou não com o objeto deste contrato.
- 7.53 Obedecer as normas e rotinas do BANPARÁ, bem como a legislação aplicável, em especial, as que disserem respeito à segurança e saúde no trabalho, assumindo todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrências da espécie, forem vítimas os seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que verificadas nas dependências do BANPARÁ.
- 7.54 Dispor-se a toda e qualquer fiscalização do BANPARÁ, no tocante à prestação dos serviços, assim como ao cumprimento das obrigações previstas neste contrato.
- 7.55 Fiscalizar o perfeito cumprimento dos serviços a que se obrigou, cabendo-lhe integralmente os ônus decorrentes.
- 7.56 Estruturar-se de modo compatível e prover toda a infraestrutura necessária à prestação dos serviços previstos neste contrato, com a qualidade e rigor exigidos, garantindo a sua supervisão desde a implantação.
- 7.57 Fornecer aos seus empregados todos os equipamentos, recursos materiais e condições necessários para o desenvolvimento de suas funções, exigidos por legislação ou norma do trabalho específica, inclusive, quando for o caso, disponibilizar “e-mail”, sendo vedada a utilização da conta de “e-mail” do BANPARÁ.
- 7.58 Prover todos os meios necessários à garantia da prestação dos serviços contratados e a plena execução do objeto contratado, inclusive nos casos de greve ou paralisação de qualquer natureza;

- 7.59 Manifestar-se quanto a aceitação ou não, nas mesmas condições contratuais, de acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste contrato, podendo, a supressão, exceder o limite estabelecido quando houver acordo entre as partes;
- 7.60 Manter, durante o prazo contratual, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no procedimento de licitação, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento.
- 7.61 Manter atualizados, durante a vigência do contrato, o cadastro e a habilitação em cada nível do SICAF – Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores.
- 7.62 Manter perante o BANPARÁ, durante a vigência do contrato, seu endereço comercial completo (logradouro, cidade, UF, CEP) e eletrônico, telefone, fax e nome dos seus representantes sempre atualizados, para fins de comunicação e encaminhamento de informações e documentos, inclusive os relativos a tributos, em face da condição do BANPARÁ de substituta tributária.
- 7.63 Não manter relação de emprego/trabalho, de forma direta ou indireta, com menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menor de 16 anos de idade em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos.
- 7.64 Assegurar a não utilização de trabalho em condições degradantes ou em condições análogas à escravidão, bem como a não utilização de práticas discriminatórias em razão de crença religiosa, raça, cor, sexo, orientação sexual, partido político, classe social, nacionalidade.
- 7.65 Observar estritamente a vedação ao nepotismo, nos termos da declaração anexa, que integra este contrato.
- 7.66 Instituir política, valores e padrões éticos de relacionamento com empregados, contratantes e fornecedores;
- 7.67 Incluir na política de relacionamento com fornecedores, observadas as exigências legais, como variáveis de seleção e avaliação, as questões referentes às relações trabalhistas, ao trabalho infantil, ao trabalho escravo ou análogo e aos padrões ambientais, estimulando os fornecedores a replicarem essas considerações em relação aos seus próprios fornecedores, criando um círculo virtuoso de conscientização social;
- 7.68 Estimular o monitoramento e cumprimento dos valores e princípios éticos instituídos pela empresa, no ambiente interno e fomentar a replicação deles com os fornecedores;
- 7.69 Na contratação de fornecedores, priorizar, nos limites legais, os que utilizem no seu processo produtivo materiais com certificação de origem e Certificação da Cadeia de Custódia, sem prejuízo de fornecimento de menor preço.
- 7.70 Priorizar, nos limites legais, os fornecedores que não comungam com práticas que infrinjam os direitos humanos e, também, que contribuam para a conservação ambiental e para a proteção à biodiversidade e que combatam a exploração ilegal e predatória das florestas;
- 7.71 Fomentar, em toda a sua cadeia produtiva, o repúdio a todas as atitudes preconceituosas relacionadas à origem, raça, gênero, cor, idade, religião, ao credo, classe social, incapacidade física e quaisquer outras formas de discriminação, estimulando a utilização dos meios de comunicação disponíveis para os registros de ocorrências que atentem contra o código de ética/conduita da empresa e a legislação específica em vigor;
- 7.72 Contribuir para a conscientização dos danos causados ao ambiente em decorrência da intervenção humana, com abrangência a todas as partes interessadas da empresa;
- 7.73 Definir meios que contribuam para redução do consumo dos recursos naturais utilizados na empresa, adotando medidas adequadas à destinação de resíduos, sem prejuízo das condições de trabalho e sem alteração do padrão tecnológico atual;
- 7.74 Contribuir para a erradicação das políticas ilegais, imorais e antiéticas, promovendo a divulgação e educação de todas as partes interessadas, como fornecedores, clientes e empregados, entre outros, em iniciativas de combate à corrupção e propina, disseminando o tema e/ou ensinando sobre a utilização de ferramentas correlatas;

CLÁUSULA OITAVA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

8.1 São também responsabilidades da CONTRATADA:

I. responder por todo e qualquer dano que causar ao BANPARÁ ou a terceiros, ainda que culposos, praticado por seus prepostos, empregados ou mandatários, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento pelo BANPARÁ, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

a) o valor correspondente aos referidos danos ou prejuízos, após o devido processo administrativo, é descontado diretamente das faturas pertinentes aos pagamentos que lhe forem devidos ou da garantia contratual, ou, ainda cobrado diretamente da contratada, independentemente de qualquer procedimento judicial.

II. reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou de materiais empregados, e responderá por danos causados diretamente a terceiros ou ao BANPARÁ, independentemente da comprovação de sua culpa ou dolo na execução do contrato.

III. responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato.

a) a inadimplência das contratadas quanto aos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais não transfere ao BANPARÁ a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.

IV. Qualquer tipo de autuação ou ação que venha a sofrer em decorrência da prestação dos serviços, bem como pelos contratos de trabalho de seus empregados, mesmo nos casos que envolvam eventuais decisões judiciais, assegurando ao BANPARÁ o exercício do direito de regresso, eximindo o BANPARÁ de qualquer solidariedade ou responsabilidade;

V. Quaisquer multas, indenizações ou despesas impostas ao BANPARÁ, por autoridade competente, em decorrência do descumprimento de lei ou de regulamento a ser observado na execução deste contrato pela CONTRATADA, as quais serão reembolsadas ao BANPARÁ.

8.1.1 A CONTRATADA autoriza ao BANPARÁ descontar o valor correspondente aos referidos danos ou prejuízos diretamente das notas fiscais/faturas pertinentes aos pagamentos que lhe forem devidos em relação a este contrato, da garantia contratual e/ou das notas fiscais/faturas de quaisquer outros contratos que porventura a CONTRATADA mantenha com o BANPARÁ, independentemente de qualquer procedimento judicial, depois de assegurada a prévia defesa em processo administrativo para apuração dos fatos.

8.1.2 O valor a ser ressarcido ao BANPARÁ, nos casos de danos ou prejuízos em que a CONTRATADA for responsabilizada, será atualizado pelo índice de variação do IGP-M – Índice Geral de Preços de Mercado, da Fundação Getúlio Vargas, obtido no período compreendido entre a data da ocorrência do fato que deu causa ao prejuízo e a data do efetivo ressarcimento ao BANPARÁ, utilizando-se a seguinte fórmula:

VIN

VAT = ----- X IDF, onde:

IDI

VAT = valor atualizado

VIN = valor inicial

IDI = IGP-M/FGV do mês em que ocorreu o prejuízo (índice inicial)

IDF = IGP-M/FGV do mês do ressarcimento (índice final)

8.1.3 A ausência ou omissão da fiscalização do BANPARÁ não eximirá a CONTRATADA das responsabilidades previstas neste contrato.

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.1. O BANPARÁ obriga-se a:

I. fornecer à CONTRATADA, com a antecedência necessária à execução dos serviços, todas as informações requeridas para a montagem das soluções a serem desenvolvidas;

- II. efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA, nas condições estabelecidas neste contrato;
- III. notificar a CONTRATADA de qualquer irregularidade encontrada na prestação dos serviços;
- IV. indicar o representante do BANPARÁ responsável pela fiscalização e acompanhamento da execução do contrato;
- V. exercer a fiscalização e acompanhamento do contrato por meio do representante especialmente designado;
- VI. cancelar ou alterar, a seu exclusivo critério e a qualquer tempo, a prestação de serviços que julgar inconveniente, com a antecedência necessária a se evitar prejuízos a fornecedores e veículos.

CLÁUSULA DÉCIMA– DA REMUNERAÇÃO

10.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula,

I. Honorários de% (...por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

II. Honorários de ... % (... por cento) incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados dos serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. Honorários de 1,5% (um inteiro e cinco décimos por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

- a. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de 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 relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
- c. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

10.2 Os honorários de que tratam os subitem supramencionados, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos, cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

10.3 Para fins do disposto no inciso “c” do subitem III, acima, entende-se por reimpressão ou reedição a nova tiragem de peça publicitária que não apresenta modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas.

10.4 A CONTRATADA não fará jus:

- I. ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
- II. ao ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha peça e material por ela executados;
- III. a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

10.5.1 Eventuais exceções, no exclusivo interesse do BANPARÁ, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela BANPARÁ.

10.5.2 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

10.7 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do BANPARÁ, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

10.8 A CONTRATADA fará jus ainda, ao desconto padrão de agência, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei 4.680/65.

10.8.1 O desconto de que trata o item 10.8 é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta do BANPARÁ, conforme consta no item 6.4 das Normas – Padrão da atividade publicitária do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

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

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

10.9.1 Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 10.8, repassará ao BANPARÁ o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver em cada veiculação.

10.10 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de Agência quando da utilização, pelo BANPARÁ, de créditos que a tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária.

10.11 Não haverá ressarcimento de custos pelos serviços executados pela própria CONTRATADA, bem como a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os serviços realizados por fornecedores referentes a produção e a execução técnica de peças e materiais cuja distribuição proporcione a elas, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FORMA DE PAGAMENTO

11.1. O pagamento à CONTRATADA, pelos serviços prestados, será feito após a aceitação dos serviços, na forma nas condições constantes nesta cláusula, observados os preços constantes da cláusula décima segunda, deste contrato, conforme a correspondente Proposta apresentada na licitação, mediante crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA, obrigatoriamente, em agência do BANPARÁ.

11.2 A CONTRATADA obriga-se a ajustar o seu procedimento de faturamento ao utilizado no BANPARÁ.

11.3 Após a perfeita execução dos serviços, devidamente atestados pelo BANPARÁ, o pagamento será efetivado mediante a apresentação dos documentos de cobrança, compostos da nota fiscal/fatura emitida pela CONTRATADA e do(s) documento(s) fiscal(is) do(s) terceiro(s) com o comprovante do respectivo serviço, por meio de crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA, obrigatoriamente em agência do BANPARÁ, conforme descrito nos itens I e II, deste item.

I. Veiculação: no mês seguinte ao da efetiva veiculação, sendo o pagamento no décimo dia (corrido) após a apresentação dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do item 11.4, observado o disposto no item 11.10.3;

II. Produção: no décimo dia (corrido) após apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, após a produção/execução, observado o disposto no item 11.10.3, desta cláusula.

13.3.1 A critério do BANPARÁ e, mediante justificativa formal da CONTRATADA, o pagamento de cachês de personalidades, poderá ser realizado, após a execução da produção, no quinto dia corrido após a apresentação dos documentos para pagamento.

13.4 A CONTRATADA deve apresentar ao BANPARÁ, juntamente com a nota fiscal/fatura os seguintes comprovantes, sem ônus para o BANPARÁ:

I. Veiculação em mídia impressa:

a. revista: exemplares originais dos títulos;

b. jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre o período ou data de circulação, nome do jornal e praça.

II. Veiculação em TV, Cinema e Rádio: Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, se não restar demonstrada, perante o BANPARÁ, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada a impossibilidade de obter relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I. TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (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;

I.a. Como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, do item 11.4.1, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I 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 no inciso I deste subitem.

I.b. Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.a, do item 11.4.1, 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.

II. Mídia Exterior:

a. 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;

b. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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.

III. carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, 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;

IV. internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.5 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos de I a IV, do item 11.4.1, serão estabelecidas formalmente pelo BANPARÁ, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6 Compete à Célula de apresentação do Plano conferência dos preços negociados Mídia do Núcleo de Apoio, por ocasião da de Mídia pela CONTRATADA à BANPARÁ a de tabela de cada inserção e os descontos

11.6.1 Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

11.7 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas nos itens acima, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.8 Os pagamentos a fornecedores e veículos devem ser efetuados pela CONTRATADA nos prazos e condições previamente aprovados pelo BANPARÁ e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais, obrigando-se a CONTRATADA a efetivar o repasse aos veículos/fornecedores, após efetivado o crédito em sua conta corrente.

11.9 A nota fiscal/fatura deve conter todos os elementos exigidos em lei, em especial:

I. identificação completa da CONTRATADA: CNPJ, endereço, inscrição estadual ou municipal, etc.;

II. número da autorização para confecção e CNPJ da gráfica, impressos no rodapé da nota fiscal/fatura;

III. identificação completa do BANPARÁ;

IV. histórico detalhado e de forma clara contendo a descrição de todos os serviços/itens que compõem o objeto deste contrato;

V. o período a que se refere;

VI. indicação da unidade do BANPARÁ ou a quantidade de unidade(s) beneficiária(s) dos serviços e o Município com respectiva UF onde é executado o serviço a que se refere a nota fiscal/fatura;

VII. valores unitários e totais dos serviços prestados.

11.10. A nota fiscal/fatura deve conter ainda, para controle do BANPARÁ, o número do processo que originou esta contratação e o número deste contrato (SIGES), fornecido pelo BANPARÁ.

11.10.1 Cabe à CONTRATADA a correta emissão da nota fiscal/fatura em conformidade com a legislação tributária pertinente, devendo buscar qualquer informação necessária junto ao fisco ou outra fonte competente, não cabendo ao BANPARÁ prestar esse tipo de informação.

11.10.2 Os documentos para pagamento deverão ser apresentados em envelope identificado com o serviço ao qual se refere o faturamento, e entregues na Diretoria de Marketing e Comunicação, localizada na Matriz do BANPARÁ, localizada na cidade de Belém/PA.

11.10.3 A nota fiscal/fatura não aprovada pelo BANPARÁ será devolvida à CONTRATADA para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição, contando-se o prazo de pagamento da data de sua reapresentação. A devolução da nota fiscal/fatura não aprovada pelo BANPARÁ em hipótese alguma, autorizará a CONTRATADA a suspender a execução dos serviços ou a deixar de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados.

11.11 O BANPARÁ fará as retenções dos tributos e contribuições sociais/previdenciárias, quando exigidas legalmente, em conformidade com a legislação vigente.

11.11.1 As retenções não serão efetuadas caso a CONTRATADA se enquadre em hipótese excludente prevista em legislação, devendo, para tanto, apresentar a documentação pertinente ou declaração que comprove essa condição.

11.11.1.1 Também não ocorrerá a retenção caso a CONTRATADA esteja amparada por medida judicial, que determine a suspensão do pagamento dos referidos tributos e/ou das contribuições previdenciárias, devendo apresentar ao BANPARÁ, a cada pagamento, a documentação que comprove essa situação.

11.12 Quando houver a prestação de serviço em município, cuja lei municipal atribua ao BANPARÁ a responsabilidade pela retenção do ISSQN na fonte e, por conseguinte, o respectivo repasse, a CONTRATADA é obrigada a faturar os serviços, separadamente, por Município, emitindo quantas notas fiscais/faturas forem necessárias, independentemente de a CONTRATADA estar ou não nele estabelecida e da sua situação cadastral na localidade onde os serviços estão sendo prestados.

11.13 Os encargos sofridos pelo BANPARÁ por atraso no repasse de obrigações tributárias de qualquer natureza, bem como das contribuições à Previdência, quando for o caso, decorrentes do atraso na entrega da nota fiscal/fatura pela CONTRATADA, serão cobrados diretamente da CONTRATADA.

11.14 O BANPARÁ não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.15 O BANPARÁ não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

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

11.17 Por ocasião do pagamento, serão efetuadas as seguintes consultas:

I. ao Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF, para verificação da regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);

11.18 Constatada a situação de irregularidade o BANPARÁ efetivará o pagamento devido pelos serviços prestados, contudo, a CONTRATADA será comunicada por escrito para que regularize sua situação, no prazo estabelecido pelo BANPARÁ, sendo lhe facultada a apresentação de defesa no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da comunicação do BANPARÁ, sob pena de aplicação das penalidades cabíveis.

11.19 Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das suas responsabilidades e obrigações, nem implicará aceitação definitiva dos serviços.

11.20 O não pagamento da nota fiscal/fatura, por culpa exclusiva do BANPARÁ, no prazo estabelecido neste contrato, enseja a atualização do respectivo valor pelo IGP-M – Índice Geral de Preços de Mercado, da Fundação Getúlio Vargas, utilizando-se a seguinte fórmula:

VIN

VAT = ----- X IDF, onde:

IDI

VAT = valor atualizado

VIN = valor inicial

IDI = IGP-M/FGV na data inicial

IDF = IGP-M/FGV na data final

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

12.1. O presente contrato terá a duração de 12 (doze) meses, a contar de dd/mm/aaaa, podendo ser prorrogado, a critério do BANPARÁ e com a concordância da CONTRATADA, por períodos sucessivos, até o limite permitido na Lei nº 13.303/2016.

12.2 A decisão de prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no item 13.6, deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA FISCALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO

13.1 No curso da execução deste contrato caberá ao BANPARÁ, diretamente ou por quem vier a indicar, o direito de fiscalizar a fiel observância das disposições deste contrato.

13.2 Para os fins previstos nesta cláusula, o BANPARÁ registrará em relatório as deficiências verificadas na execução dos serviços, encaminhando cópia à CONTRATADA, para a imediata correção das irregularidades apontadas, sem prejuízo aplicação das sanções previstas neste contrato.

13.3 A ausência de comunicação por parte do BANPARÁ, referente a irregularidades ou falhas não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

13.4 A fiscalização e gestão operacional dos serviços, bem como o relacionamento com a CONTRATADA são atribuições da Diretoria Executiva de Marketing e Comunicação, em Belém/PA

13.5 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá à Diretoria Executiva de Marketing e Comunicação verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições de contratação de fornecedores pela CONTRATADA e aos honorários devidos a esta.

13.6 O BANPARÁ realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pelas Agências que vierem a ser contratadas, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada e terá por objetivos:

- a) solicitar às Agências a melhoria da qualidade de serviços prestados;
- b) decidir sobre prorrogação de vigência ou sobre a conveniência de, a qualquer tempo, rescindir os respectivos contratos;
- c) fornecer, quando solicitado pelas Agências, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações;
- d) avaliar instalações físicas;
- e) avaliar quadro de profissionais dedicados.

13.7 A avaliação semestral será efetuada com base nos seguintes quesitos:

- a) Estudo e Planejamento;
- b) Criação;
- c) Produção / Custos;
- d) Mídia (Estudo e Planejamento);
- e) Mídia (Compra e Acompanhamento);
- f) Grupo de atendimento;
- g) Comprovação de Serviços Prestados;
- h) Administração e Finanças;
- i) Serviços especiais, fornecidos sem ônus;
- j) Atendimento global.

13.8 O BANPARÁ, sempre que entender pertinente, realizará consulta ao Registro do CEIS/CNEP (Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas e Cadastro Nacional das Empresas Punidas), para verificar se existe ocorrência de sanções que restrinjam o direito de a empresa participar de licitações ou de celebrar contratos com a Administração Pública ou a existência de penalidades aplicadas pela Administração Pública com base na Lei 12.846/2013;

13.9 Ainda, o BANPARÁ poderá promover as diligências que entender necessárias para verificar a aderência da CONTRATADA à legislação anticorrupção.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS, ENCARGOS, SEGUROS, ETC.

14.1. Correrão por conta exclusiva da CONTRATADA:

I. todos os tributos que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as obrigações acessórias dele decorrentes;

II. as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, emolumentos e outras despesas que se façam necessárias à execução dos serviços.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA GARANTIA CONTRATUAL

15.1 A CONTRATADA presta garantia contratual no valor de R\$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), que corresponde a 1% (um por cento) do valor global contratado, apresentando ao BANPARÁ, no ato da assinatura deste contrato, o correspondente comprovante, em uma das modalidades a seguir:

I. Caução em dinheiro;

II. Seguro-garantia

III. Fiança bancária

15.2 A caução em dinheiro consiste em depósito em conta bancária remunerada específica, com o fim especial de se garantir o integral cumprimento do contrato, devendo ser efetuado em uma Agência do BANPARÁ, tendo como beneficiário o BANPARÁ;

15.2.1 Sobre a caução prestada em dinheiro incide, tão-somente, a atualização correspondente ao índice de variação do rendimento da caderneta de poupança para o 1º dia de cada mês, excluídos os juros, calculada proporcionalmente, quando for o caso, a contar da data do depósito, até o seu efetivo levantamento;

15.3 O Seguro-garantia é um tipo de seguro com o objetivo de garantir o fiel cumprimento das obrigações contratuais estipuladas, conforme descrito na apólice.

15.3.1 A apólice do seguro-garantia deve conter prazo de validade igual ao período de vigência do contrato, acrescido de mais 30 (trinta) dias, devendo ser tempestivamente renovado, se estendida ou prorrogada a vigência do contrato, sempre se mantendo os 30 dias após a última data de vencimento do contrato;

a) O seguro deve efetuar a cobertura, até o limite da garantia, de quaisquer prejuízos sofridos pelo BANPARÁ em decorrência de inadimplemento da contratada, inclusive quanto aos encargos trabalhistas e previdenciários e ao ressarcimento das multas, bem como prejuízos advindos de atos, fatos ou indícios de violação pela Contratada às normas anticorrupção, devendo constar nas condições especiais.

I. No tocante aos encargos trabalhistas e previdenciários, é permitida a ressalva que condiciona o reembolso de prejuízos ao trânsito em julgado de sentença condenatória.

b) A apólice de seguro deve vir acompanhada de cópia das condições gerais, particulares e/ou especiais convencionais e demais documentos que a integram;

c) A apólice de seguro deve vir acompanhada de cópia das condições gerais, particulares e/ou especiais convencionais e demais documentos que a integram;

15.3.2 A Seguradora, ao emitir a apólice, obriga-se a arcar com eventuais prejuízos que possam ser impostos ao BANPARÁ em decorrência da má execução do contrato.

15.4 A Fiança bancária consiste na prestação de garantia, mediante a expedição da respectiva carta, emitida por instituição financeira idônea, devidamente autorizada a funcionar no Brasil, que, em nome da contratada, garante a plena execução do contrato e responde diretamente por eventuais danos que possam ser causados na execução contratual.

15.4.1 Somente é aceita Fiança Bancária na via original e que apresente todos os requisitos a seguir:

a) Registro no Cartório de Títulos e Documentos, conforme exigido no art. 129 da Lei 6015/73 (Lei de Registros Públicos);

b) Cláusula estabelecendo prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de mais 30 dias;

c) Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao BANPARÁ, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) Cláusula de renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827, 835 e 838 da Lei nº 10.406/2002 – Novo Código Civil;

e) Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com a atualização do valor contratual, previsto no item 15.1 deste Contrato.

f) Cláusula com a eleição de foro da Justiça Estadual, para dirimir questões entre fiadora e credora referentes à fiança bancária;

g) Declaração da instituição financeira de que a carta fiança é concedida em conformidade com o disposto no art. 34 da Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, nos termos do art. 2º da Resolução CMN nº 2.325, de 1996, do Conselho Monetário Nacional;

h) O subscritor da carta de fiança bancária deverá comprovar poderes para atendimento às exigências contidas nas alíneas “c”, “d”, “f” e “g” acima.

15.5 A garantia será liberada após o perfeito cumprimento do contrato, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da data do seu vencimento, desde que cumpridos todos os seus termos, cláusulas e condições.

15.6 A perda da garantia em favor do BANPARÁ, por inadimplemento das obrigações contratuais, far-se-á de pleno direito, independentemente de qualquer procedimento judicial e sem prejuízo das demais sanções previstas neste contrato.

15.7 A garantia deverá ser integralizada, num prazo máximo de 10 (dez) dias, sempre que dela forem deduzidos quaisquer valores ou quando houver alteração contratual que implique em aumento do valor contratado, de modo que corresponda sempre ao percentual pactuado.

15.8 A Contratada deve providenciar a renovação ou prorrogação da fiança bancária sempre que a vigência do contrato for estendida ou prorrogada, mantendo-se o atendimento ao prazo de validade exigido na alínea ‘b’ do item 15.5.1 deste Contrato.

15.9 A qualquer tempo, mediante negociação prévia com o BANPARÁ, com as devidas justificativas, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas nos incisos I, II e III do item 15.1 deste contrato.

a) a substituição da garantia, após aceitação pelo BANPARÁ, será registrada no processo administrativo por simples apostilamento, dispensando-se aditamento contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato e/ou pelo atraso injustificado na sua execução, garantida a prévia defesa, a CONTRATADA ficará sujeita às seguintes sanções, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis:

I. multa;

II. suspensão temporária de participação em licitação e contratação com o BANPARÁ, pelo prazo de até 2 (dois) anos.

16.1.1 A multa será aplicada nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

1.1.1.1 A multa moratória será aplicada nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

I. 0,2% (dois décimos por cento) por dia de atraso na entrega de qualquer serviço, a contar do primeiro dia útil após a data fixada para a entrega, calculada sobre o valor total do serviço em atraso, incluídas todas as etapas do serviço, produção, veiculação, distribuição etc., cobrada em dobro a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de atraso.

II. No caso de atraso na entrega dos serviços por mais de 30 (trinta) dias, poderá o BANPARÁ, a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia, a seu exclusivo critério, rescindir este contrato, ficando a CONTRATADA impedida de licitar e contratar com o BANPARÁ por um período de até 02 (dois) anos.

III. 1% (um por cento) pelo descumprimento de qualquer das cláusulas contratuais exceto a ocorrência mencionada no inciso I, do item 16.8, por culpa imputada à CONTRATADA, incidente sobre o valor global atualizado do serviço ou do conjunto de peças em que se verificar o descumprimento.

16.1.1.2 A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

a) 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória do contrato;

b) 1% (um por cento), calculada sobre o valor do contrato, por:

I. inexecução total do contrato;

II. interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE;

16.1.1.3 A CONTRATADA sujeitar-se-á a multa compensatória de:

a) 0,1% (um décimo por cento) a 20% (vinte por cento) do faturamento bruto do último exercício anterior, referente ao contrato firmado com o BANPARÁ, ao da instauração do processo administrativo, excluídos os tributos, nos casos de:

I. eventuais danos causados à imagem da CONTRATANTE, decorrentes do envolvimento da CONTRATADA em escândalo público e notório, relacionados à execução do contrato.

II. eventuais danos causados à imagem da CONTRATANTE, decorrentes do envolvimento da CONTRATADA em atos lesivos ao BANPARÁ, nos termos da Lei nº 12.846/2013.

16.1.1.3.1 No caso do subitem “a”, quando a multa for aplicada no primeiro ano de vigência do contrato firmado com o BANPARÁ, será aplicado sobre a soma do faturamento bruto, referente a este contrato, dos meses anteriores ao da aplicação da penalidade.

16.1.2 As multas serão descontadas da garantia do valor do documento fiscal e, se não for suficiente, será cobrada diretamente da CONTRATADA judicialmente.

16.2 Ficará suspensa temporariamente de participar em licitação e contratação com o BANPARÁ, pelo prazo de até 2 (dois) anos, o licitante que incorrer em alguma das seguintes hipóteses:

I. Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II. Tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III. Demonstre não possuir idoneidade para contratar com o BANPARÁ em virtude de atos ilícitos praticados.

IV. Convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato;

V. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame;

VI. Apresentar documentação falsa exigida para o certame;

VII. Ensejar o retardamento da execução do objeto da licitação;

VIII. Não mantiver a proposta;

IX. Falhar ou fraudar na execução do contrato;

X. Comportar-se de modo inidôneo, inclusive com a prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei 12.846/2013 e violar a Política de Relacionamento e Anticorrupção do Banpará bem como seu Código de Ética e Conduta Institucional.

16.3 As sanções previstas nos incisos I e II poderão ser aplicadas concomitantemente.

16.4 As penalidades indicadas nesta cláusula, com exceção da multa de mora, aplicadas pela autoridade competente do BANPARÁ, após regular processo administrativo e garantida a defesa prévia, serão lançadas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.

16.5 As penalidades serão devidamente publicadas no DOE.

16.6 As penalidades de suspensão e impedimento aplicadas à CONTRATADA alcançam a figura dos sócios, administradores e dirigentes.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS ILÍCITOS PENAIS

17.1. As infrações penais tipificadas na Lei nº 8.666/93 serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

CLÁUSULA OITAVA – DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO

18.1 A rescisão do contrato se dá:

I – De forma unilateral, assegurada a prévia defesa;

II – Por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para o BANPARÁ e para o contratado.

III – Por determinação judicial.

18.2 Constituem motivo para a rescisão unilateral do contrato:

I. O descumprimento total ou parcial, pela CONTRATADA, de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

II. A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil da CONTRATADA;

III. O descumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal, que proíbe o trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 anos e qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos;

IV. a prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei nº 12.846/2013;

V. inobservância da vedação ao nepotismo;

VI. prática de atos que prejudiquem ou comprometam à imagem ou reputação do BANPARÁ, direta ou indiretamente.

18.3 A rescisão decorrente dos motivos elencados nos incisos III, IV, V e VI será efetivada após o regular processo administrativo.

18.4 Os efeitos da rescisão do contrato serão operados a partir da comunicação escrita sobre o seu julgamento, ou, na impossibilidade de notificação do interessado, por meio de publicação oficial.

18.5 Havendo a rescisão deste contrato, cessarão todas as atividades da CONTRATADA, relativas à prestação dos serviços contratados, os quais serão entregues ao BANPARÁ, que os executará por si ou por terceiros.

18.6. Caso o BANPARÁ não se utilize da prerrogativa de rescindir este contrato, a seu exclusivo critério, poderá suspender a sua execução e/ou sustar o pagamento das notas fiscais/faturas, até que a CONTRATADA cumpra integralmente a condição contratual infringida.

18.7 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 do contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

18.7.1 Caso a retenção dos créditos não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 18.7, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pelo BANPARÁ.

18.7.2 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

18.7.3 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

18.7.4 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo BANPARÁ e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

18.7.5 Em caso de não prorrogação ou rescisão do contrato, o BANPARÁ se reserva o direito de não convocar a próxima classificada no procedimento licitatório que deu origem ao contrato rescindido ficando sob seu exclusivo critério eventual convocação, podendo, inclusive, caso entenda necessário, deflagrar processo licitatório para a contratação de novas Agências de Propaganda.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DOS RECURSOS

20.1 Caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias a contar da data da comunicação do ato, nos casos de:

a) Aplicação das penas de multa, suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o BANPARÁ, impedimento de licitar e contratar com o Estado;

b) Rescisão do contrato;

20.1.1 Os recursos referidos no caput não tem efeito suspensivo, porém a autoridade competente para decidir sobre o recurso tem poder para, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva.

20.1.2 A comunicação do ato para fins de contagem do prazo recursal será feita, preferencialmente, na forma eletrônica.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

21.1 As partes ficam, ainda, adstritas às seguintes disposições:

I. na alocação de empregados portadores de deficiência nos locais de prestação dos serviços, caberá à CONTRATADA avaliar a compatibilidade entre a deficiência apresentada e a atividade a ser desempenhada;

II. em razão de eventuais alterações estruturais do BANPARÁ, poderá haver modificações nos locais de prestação dos serviços, caso em que a BANPARÁ notificará a CONTRATADA para promover as mudanças necessárias;

III. é vedado à CONTRATADA caucionar ou ceder os créditos do presente contrato para qualquer operação financeira, sem prévia e expressa autorização do BANPARÁ;

IV. a CONTRATADA está ciente de que deve guardar por si, por seus empregados, ou prepostos, em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza, exibidos, manuseados, ou que, por qualquer forma ou modo, venham tomar conhecimento, o mais completo e absoluto sigilo, em razão dos serviços a serem confiados, ficando, portanto, por força da lei, civil e penal, responsável por sua indevida divulgação e descuidada ou incorreta utilização, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos a que der causa;

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DAS ALTERAÇÕES DO PRESENTE CONTRATO

22.1 Este contrato somente poderá ser alterado por acordo entre as partes, vedando-se as alterações que extrapolem o objeto inicialmente contratado.

22.1.1 Há possibilidade de alteração deste contrato, por acordo entre as partes, nos seguintes casos:

I - Quando houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos;

II - Quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites abaixo:

a) O contratado poderá aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato;

b) Nenhum acréscimo ou supressão poderá exceder os limites estabelecidos na alínea “a” acima, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes.

c) Se no contrato não houver sido contemplados preços unitários para obras ou serviços, esses serão fixados mediante acordo entre as partes, respeitados os limites estabelecidos na alínea “a” acima.

III - Quando conveniente a substituição da garantia de execução;

IV. Quando necessária a modificação do regime de execução da obra ou serviço, bem como do modo de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;

V. Quando necessária a modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento, com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação de fornecimento de bens ou execução de obra ou serviço;

22.1.2 Admite-se a modificação da duração inicial do contrato quando existirem situações peculiares, decorrentes de circunstâncias regionais, de mercado, ou específicas do bem ou serviço a ser alocado ou decorrentes de demandas judiciais, observado o disposto no art. 78 do Regulamento de Licitações e Contratos do BANPARÁ.

22.1.3 Este contrato poderá ter a sua duração prorrogada por sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para o BANPARÁ, na forma do art. 78 do Regulamento de Licitações e Contratos do BANPARÁ.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – DA ARBITRAGEM

25.1. O BANPARÁ e a CONTRATADA poderão utilizar-se da arbitragem para dirimir conflitos relativos a direitos patrimoniais disponíveis inerentes a este contrato, nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 e suas alterações.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA – DO FORO

24.1. Para dirimir as questões oriundas deste contrato, será competente o Juízo da Comarca de Belém do Tribunal de Justiça do Estado do Pará.

24.2. E por estarem, assim, justas e contratadas, as partes firmam o presente, em 2 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas.

São documentos anexos a este Contrato:

ANEXO I – BRIEFING

ANEXO II – PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS

ANEXO III - TERMO DE COMPROMISSO DE POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

ANEXO IV- DECLARAÇÃO DE EMPREGABILIDADE DE PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS

Local/data

BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A.

CONTRATADA
CNPJ:

CONTRATADA
CNPJ:

Testemunhas

Nome
CPF(MF):

Nome:
CPF(MF):

ANEXO 3 AO CONTRATO

TERMO DE COMPROMISSO DE POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

Por este instrumento particular, a CONTRATADA compromete-se a cumprir integralmente as disposições da Políticas de Controles Internos e de Compliance do BANPARÁ, da qual tomou conhecimento neste ato por meio da leitura da cópia que lhe foi disponibilizada.

E, para fiel cumprimento desse compromisso, a CONTRATADA declara e garante que nem ela, diretamente ou por intermédio de qualquer subsidiária ou afiliada, e nenhum de seus diretores, empregados ou qualquer pessoa agindo em seu nome ou benefício, realizou ou realizará qualquer ato que possa consistir em violação às proibições descritas (i) na Lei nº 12.846/2013, doravante denominada “Lei Anticorrupção”, (ii) na Lei Contra Práticas de Corrupção Estrangeiras de 1977 dos Estados Unidos da América (*United States Foreign Corrupt Practices Act of 1977*, 15 U.S.C. §78-dd-1, et seq., conforme alterado), doravante denominada FCPA, (iii) e nas convenções e pactos internacionais dos quais o Brasil seja signatário, em especial a Convenção da OCDE sobre Combate à Corrupção de Funcionários Públicos Estrangeiros em Transações Comerciais Internacionais, a Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção e a Convenção Interamericana contra a Corrupção – OEA, todas referidas como “Normas Anticorrupção”, incluindo pagamento, oferta, promessa ou autorização de pagamento de dinheiro, objeto de valor ou mesmo de valor insignificante mas que seja capaz de influenciar a tomada de decisão, direta ou indiretamente, a:

- a) qualquer empregado, oficial de governo ou representante de, ou qualquer pessoa agindo oficialmente para ou em nome de uma entidade de governo, uma de suas subdivisões políticas ou uma de suas jurisdições locais, um órgão, conselho, comissão, tribunal ou agência, seja civil ou militar, de qualquer dos indicados no item anterior, independente de sua constituição, uma associação, organização, empresa ou empreendimento controlado ou de propriedade de um governo, ou um partido político (os itens A a D doravante denominados conjuntamente autoridade governamental);
- b) oficial legislativo, administrativo ou judicial, independentemente de se tratar de cargo eletivo ou comissionado;
- c) oficial de, ou indivíduo que ocupe um cargo em, um partido político;
- d) candidato ou candidata a cargo político;
- e) um indivíduo que ocupe qualquer outro cargo oficial, cerimonial, comissionado ou herdado em um governo ou qualquer um de seus órgãos; ou
- f) um oficial ou empregado(a) de uma organização supranacional (por exemplo, Banco Mundial, Nações Unidas, Fundo Monetário Internacional, OCDE) (doravante denominado oficial de governo);
- g) ou a qualquer pessoa enquanto se saiba, ou se tenha motivos para crer que qualquer porção de tal troca é feita com o propósito de:
 - i. influenciar qualquer ato ou decisão de tal oficial de governo em seu ofício, incluindo deixar de realizar ato oficial, com o propósito de assistir o BANPARÁ ou qualquer outra pessoa a obter ou reter negócios, ou direcionar negócios a qualquer terceiro;
 - ii. assegurar vantagem imprópria;
 - iii. induzir tal oficial de governo a usar de sua influência para afetar ou influenciar qualquer ato ou decisão de uma autoridade governamental com o propósito de assistir o BANPARÁ ou qualquer outra pessoa a obter ou reter negócios, ou direcionar negócios a qualquer terceiro; ou

- iv. fornecer um ganho ou benefício pessoal ilícito, seja financeiro ou de outro valor, a tal oficial de governo.

A CONTRATADA, inclusive seus diretores, empregados e todas as pessoas agindo em seu nome ou benefício, com relação a todas as questões afetando o BANPARÁ ou seus negócios, se obrigam a:

- a) permanecer em inteira conformidade com as Leis Anticorrupção, e qualquer legislação antissuborno, anticorrupção e de conflito de interesses aplicável, ou qualquer outra legislação, regra ou regulamento de propósito e efeito similares, abstendo-se de qualquer conduta que possa ser proibida a pessoas sujeitas às Leis Anticorrupção;
- b) tomar todas as precauções necessárias visando prevenir ou impedir qualquer incompatibilidade ou conflito com outros serviços ou com interesses do BANPARÁ, o que inclui o dever de comunicar as relações de parentesco existentes entre os colaboradores da CONTRATADA e do BANPARÁ; e
- c) observar, no que for aplicável, o Código de Ética e de Condutas Institucionais do BANPARÁ, sobre o qual declara ter pleno conhecimento.

Entendendo que é papel de cada organização fomentar padrões éticos e de transparência em suas relações comerciais, o BANPARÁ incentiva a CONTRATADA, caso ainda não possua, a elaborar e implementar programa de integridade próprio, observando os critérios estabelecidos no Decreto nº 8.420/2015.

Caso a CONTRATADA ou qualquer de seus colaboradores venha a tomar conhecimento de atitudes ilícitas ou suspeitas, especialmente se referentes à violação das Leis Anticorrupção, deve informar prontamente ao BANPARÁ, por meio do Canal de Denúncias

Fica esclarecido que, para os fins do contrato, a CONTRATADA é responsável, perante o BANPARÁ e terceiros, pelos atos ou omissões de seus colaboradores.

Por fim, a CONTRATANTE declara estar ciente de que a fiel observância deste instrumento é fundamental para a condução das atividades inerentes ao contrato maneira ética e responsável constituindo falta grave, passível de imposição de penalidade, qualquer infração, no disposto deste instrumento.

.....
(Local e Data)

.....
(representante legal)

ANEXO 4 AO CONTRATO

**DECLARAÇÃO DE EMPREGABILIDADE DE PORTADORES DE
NECESSIDADES ESPECIAIS**

DECLARAÇÃO DE EMPREGABILIDADE

Ao BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A.
Av. Presidente Vargas, nº 251, Ed. BANPARÁ – 1º andar
Comércio, Belém/PA, CEP 66.010-000

Ref: Edital de Licitação nº/.....
Objeto:.....

Prezados senhores,

A, inscrita no CNPJ sob o nº, sediada(endereço completo)....., com o telefone para contato nº (.....).....-..... e e-mail, por intermédio do seu representante legal o(a) Sr.(a),(cargo)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, residente e domiciliado(a) no(endereço completo)....., DECLARA, para os devidos fins legais, que:

() possui em seu quadro de empregados um percentual mínimo de 5% de pessoas portadoras de necessidades especiais, de acordo com o disposto no § 6º do artigo 28 da Constituição do Estado do Pará.

() não possui em seu quadro de empregados um percentual mínimo de 5% de pessoas portadoras de necessidades especiais, de acordo com o disposto § 6º do artigo 28 da Constituição do Estado do Pará, em função de possuir menos de 20 (vinte) funcionários em seu quadro de pessoal.

.....
(Local e Data)

.....

(representante legal)