

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2025 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

**LICITAÇÃO BANPARÁ PARA CONTRATAÇÃO DE SERVI-
ÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA**

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2025 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

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 Especial de Licitação, designada pela **Portaria nº 065/2025**, de 16 de junho de 2025, realizará **Licitação Presencial**, do tipo **Melhor Técnica, pelo modo de disputa fechado**, para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 13.303/2016, da Lei nº 12.232/2010 e mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

Aplicam-se também a esta Licitação, o Regulamento de Licitações e Contratos do **BANPARÁ** (RLC), a Lei Complementar nº 123/2006, o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, a Instrução Normativa SECOM nº 1/2023, disponível no endereço www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao, bem como a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023, 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 serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse**, em conformidade com as disposições deste Edital e de seus Anexos, que o integram e complementam:

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 III) deste Edital.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS

2.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação em 05 (cinco) invólucros distintos e separados:

Data: 27/08/2025

Hora: 10h00

Local: Auditório da Agência PRIVATE BANPARÁ, situado na Rua Diogo Mória nº 156 – Umarizal, CEP: 66.055-171, Belém-PA.

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 Especial de Licitação - CPL.

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

3. RETIRADA DO EDITAL

3.1. O edital de licitação está disponível a partir de **23/06/2025** no endereço eletrônico www.banpara.b.br, no www.compraspara.pa.gov.br e na Comissão de Licitação localizada na Av. Presidente Vargas, n. 251, Ed. BANPARÁ – 1º andar, Campina, Belém/PA, mediante depósito identificado do valor de R\$ 0,25 (vinte e cinco centavos) por folha (Conta Corrente nº 800.002-6, Agência nº 0011

3.1.1. 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, no horário das 09h00 às 17h00.

3.2. 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 3.1, eventuais alterações ou informações sobre esta Licitação Presencial.

4. DA IMPUGNAÇÃO E ESCLARECIMENTOS AO EDITAL

4.1. Pedidos de Impugnação e solicitações de esclarecimentos referentes ao Edital do presente certame deverão ser formuladas por escrito e entregues, mediante protocolo, na Comissão de Licitações, conforme endereço indicado no preâmbulo do presente edital, ou encaminhadas para o endereço eletrônico **cpl-1@banparanet.com.br**, nos prazos a seguir:

4.1.1. Em até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para recebimento das propostas, ou seja, até o dia **20/08/2025**.

4.1.2. Em até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para abertura do certame, a Comissão de Licitação deverá responder à impugnação, motivadamente;

4.2. As impugnações e consultas interpostas fora de prazo serão recebidas como mero exercício do direito de petição.

4.3. As consultas recebidas e as respectivas respostas em relação ao presente edital encontrar-se-ão à disposição dos interessados na recepção do Edifício Banpará Presidente Vargas, Comissão de Licitação, no site www.banpara.b.br e no site www.compraspara.pa.gov.br.

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 Especial de Licitação:

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

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

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

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, **desde que estejam atualizados na data do certame.**

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 ME/EPP.

6.1.3.2. A empresa que se enquadra como ME/EPP deve apresentar declaração, para fins do tratamento diferenciado previsto na LC 123/2006.

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

6.2.1. Não poderão participar desta Licitação empresas que se encontrem em processo de falência, dissolução ou liquidação.

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;

6.3. Agente econômico em recuperação judicial ou extrajudicial poderá participar desta Licitação, desde que atenda às condições para comprovação da capacidade econômica e financeira previstas no edital.

6.4. Estará impedida de participar da presente licitação, em qualquer fase do processo, e de ser contratada, a empresa que se enquadre em uma das hipóteses abaixo:

I. Cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja diretor ou empregado do Banpará;

II. Que esteja cumprindo penalidade de suspensão aplicada pelo Banpará;

III. Que tenha sido declarado inidônea por órgãos da administração pública direta e/ou indireta do Estado do Pará, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

IV. Que seja constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Pará;

V. Cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou que tenha sido declarada inidônea pelo Estado do Pará;

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

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

VIII. Que tiver, nos seus quadros de diretoria, pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea. A vedação prevista no item 6 deste edital também se aplica para as seguintes situações:

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

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

a) Dirigente do 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 está vinculado.

III. Empresa 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.

6.5. 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), ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ e outros sistemas cadastrais pertinentes que sejam desenvolvidos e estejam à disposição para consulta, conforme o caso.

6.6. Poderão participar da presente licitação qualquer pessoa jurídica legalmente estabelecida no País e que atenda às exigências deste edital e seus anexos.

6.7. Nenhuma licitante poderá participar desta licitação com mais de uma Proposta.

6.8. A participação na presente licitação implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto e as informações necessárias ao cumprimento desta licitação; 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.

6.9. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta Licitação

Presencial, não sendo o BANPARÁ, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

7. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação 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.**

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 Especial de Licitação 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, com os poderes específicos para atuar em processos licitatórios. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação 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, **ou cópia apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.**

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 Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 3.2. deste Edital.

8. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇO

8.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação 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-1@banparanet.com.br ou mediante solicitação protocolizada na sede da licitante BANPARÁ.**

8.1.1.1.1. O invólucro padronizado, medindo aproximadamente 600x450mm, deverá ser retirado pela interessada a partir do dia **27 de junho de 2025**, em dias úteis, no endereço mencionado no subitem 3.1., mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail, no horário das 09h às 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 001/2025 – 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 001/2025 – 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 Especial de Licitação 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 001/2025 – 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 em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel a4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste edital;

- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- 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 subquesitos: 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 subquesitos 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 tácticas 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, pen-drive, 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 integrarem 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 ou pen-drive, 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, CD ou pen-drive, 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 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		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		70
SUBQUESI	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
PONTUAÇÃO TOTAL		100

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) contenham 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 Especial de Licitação, 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 **Adendo II** do Termo de Referência 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 **Adendo II** do Termo de Referência, **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.

e) **percentual mínimo de 5%** (cinco por cento) para reversão ao Banpará, do valor correspondente ao desconto de agência calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

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 maior percentual de reversão mencionado na alínea 'e' do subitem 11.2;
- 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 02 (duas) 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 02 (duas) 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 o 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 Especial de Licitação, **somente pelas agências de propaganda que tiverem propostas classificadas.**

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 001/2025 – 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 Especial 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 licitação;

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: O licitante deverá apresentar os seguintes documentos relativos à regularidade fiscal:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;

b) Prova de regularidade com as fazendas públicas: FEDERAL (inclusive dívida ativa), ESTADUAL (se a sede da empresa for no Estado do Pará, a regularidade será comprovada por meio de duas certidões: tributária e não tributária) e MUNICIPAL (se a sede da empresa for no município de Belém, a regularidade será comprovada por meio de uma única certidão, em conformidade com o disposto na Instrução Normativa nº 06/2009 – GABS/SEFIN).

b.1) No que se refere à certidão de regularidade fiscal emitida pela fazenda pública municipal ou estadual, quando for o caso, que, por ocasião da conferência da autenticidade online, ainda que dentro do prazo de validade, encontrar-se na situação “cassada”, o licitante poderá regularizá-la até o prazo final de análise dos documentos de habilitação.

c) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

14.4.3. Microempresas e empresas de pequeno porte (ME/EPP) deverão atender a todas as exigências de habilitação previstas neste edital.

14.4.3.1. As microempresas e empresas de pequeno porte (ME/EPP) deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;

14.4.3.2. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal ou trabalhista, será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, que é o momento imediatamente posterior à fase de habilitação, prorrogáveis por igual período pelo BANPARÁ, mediante requerimento do licitante, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa;

14.4.3.3 A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.

14.5.O licitante registrado no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF), com cadastro vigente na data de vencimento da licitação, poderá apresentar o Certificado de Registro Cadastral em substituição às informações nele atestadas e que estejam dentro do prazo de validade.

14.5.1.Quando os documentos necessários à habilitação estiverem desatualizados no Sistema SICAF ou quando não estiverem nele contemplados, deverão ser anexados no sistema Comprasnet junto com a documentação, conforme item 14.4.2 acima.

14.6.Documentos em idioma estrangeiro deverão ser acompanhados de tradução por tradutor juramentado, em original ou cópia autenticada, devendo a respectiva autenticação ser realizada pelo consulado correspondente.

14.7.Qualificação Técnica:

14.4.2.1. A qualificação técnica esta detalhada no **item 21 do Termo de Referência**, anexo I do Edital.

14.8.Qualificação Econômico-financeira:

14.8.1. A habilitação econômico-financeira **esta detalhada no item 21.3 do Termo de Referência**, anexo I do Edital.

14.8.2. O licitante poderá participar desta licitação por intermédio de sua matriz ou filial, desde que cumpra as condições exigidas para habilitação e credenciamento, em relação ao estabelecimento com o qual pretenda participar do certame.

14.8.3. Se o licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

14.8.4. Caso a CONTRATADA opte por efetuar o faturamento por meio de CNPJ (matriz ou filial) distinto do constante do contrato, deverá comprovar a regularidade fiscal tanto do estabelecimento contratado como daquele que efetivamente executar o objeto, por ocasião dos pagamentos e quando das prorrogações contratuais.

14.9. Apresentar DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS CONDIÇÕES DE SUSTENTABILIDADE, anexo ao edital;

15. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

15.1. A Comissão Especial de Licitação **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 Não será habilitada a empresa que:

15.2.1 Esteja com algum documento vencido no SICAF ou no involucro nº 5, ressalvada a possibilidade de regularização da documentação fiscal ou trabalhista da ME/EPP, na forma do item 14.4.1; e ressalvada a possibilidade de apresentação do documento atualizado na sessão ou consulta pela Comissão Especial de Licitação, conforme disposto no item 17.4.

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

15.2.3. 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;

15.2.4. Deixar de apresentar a documentação solicitada, apresente-a incompleta ou em desacordo com as disposições deste Edital;

15.3. Se a licitante desatender às exigências do item 14 ou se enquadrar nas hipóteses do item 6.3, será inabilitada e a Comissão Especial de Licitação 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 ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

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 Especial de Licitação 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 conterá, 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 Especial de Licitação 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 **4 (quatro)** sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação 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 Especial de Licitação e um representante de uma das licitantes presentes.

17.1.4 A Comissão Especial de Licitação 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 e seus anexos.

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 Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

17.2. PRIMEIRA SESSÃO:

17.2.1. 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 dos documentos exigidos 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.

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

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

17.2.2.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 17.2.2, a Comissão Especial de Licitações não receberá o invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros do mesmo licitante.

17.2.2.2. Ocorrida alguma das hipóteses previstas no item 17.2.2, ou mais de uma delas, a empresa licitante estará eliminada do processo licitatório.

17.2.3. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar, no fecho, sem abri-los, os invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitações, e separá-los dos invólucros nº 1 e nº 3;

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

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

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

e) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 19 deste Edital.

17.2.3.1. A Comissão Especial de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 17.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

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

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

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

17.2.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 17.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

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

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

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

d) Somente após os procedimentos das alíneas “a” a “c” precedentes, encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitações, à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

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

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

17.2.8. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 17.2.7 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada sub quesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

17.3. SEGUNDA SESSÃO:

17.3.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do 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 **deste edital**, quando for o caso;
 - f) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
 - g) Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, na forma do art. 59 da Lei nº 13.303/2016.**
- 17.3.2. Além das demais atribuições previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos das licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações.**

17.4. TERCEIRA SESSÃO

17.4.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do item 19 deste edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;**
- b) Abrir os invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados **pelos membros da Comissão Especial de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;**
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Efetuar com as 03 (três) licitantes mais bem classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista no item 13 do edital, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação de **02 (duas)** agências;
- h) Declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as **duas** licitantes mais bem classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, na forma do art. 59 da Lei nº 13.303/2016.**

17.5. QUARTA SESSÃO

17.5.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;**
- b) Receber e abrir os invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;**
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 5;
- e) Informar: e1) o resultado da habilitação; **e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma prevista no edital, com a indicação dos proponentes habilitados e Inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 59 da Lei nº 13.303/2016; e3) que será publicado na forma prevista no edital o nome das duas licitantes vencedoras desta licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.**

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 Especial de Licitação, 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 III).

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 III, sendo condição para a assinatura do contrato a apresentação da garantia contratual em uma das modalidades previstas no item 23 deste edital.

18.4. A partir de 1º/06/2024, na forma da Lei Estadual nº 8.873/2019 e sua regulamentação (Decreto Estadual n. 2.623/2022 e IN nº 18/2023-SEFA), previamente à emissão do instrumento contratual ou seu substitutivo e à realização do(s) pagamento(s), será procedida a consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados de Órgãos e Entidades da Administração Pública Estadual – CADIN/PA.

18.5 Fica impedida de ser contratada a licitante que se enquadre em qualquer das situações mencionadas nos itens 6.1.1 a 6.5.

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 Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta Licitação Presencial 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-1@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-1@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-1@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-1@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 Especial de Licitação.

20.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inhabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação – 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\$ 27.999.866,00 (vinte e sete milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e sessenta e seis reais)**, com contrato vigente por 12 (doze) meses, observadas as disposições do Termo de Referência.

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 III) 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 5% (cinco 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 no Termo de Referência (Anexo I), 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 no Termo de Referência (Anexo I).

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 no Termo de Referência (Anexo I).

26. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1. Com fundamento no Art. 98 do Regulamento, o licitante será sancionado com a suspensão temporária de participação em licitação no BANPARA, por prazo não superior a 2 (dois) anos, além das demais cominações legais cabíveis, nos seguintes casos:

- a) Deixar de entregar a documentação exigida no certame;
- b) Não manter a proposta de preços; incidindo também nesta hipótese a não apresentação das amostras ou realização de prova de conceito, salvo se em decorrência de fato superveniente;
- c) Não assinar o contrato ou retirar a nota de empenho no prazo estabelecido.
- d) Apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa;
- e) Cometer ato fraudulento e/ou praticar atos ilícitos visando frustrar aos objetivos da licitação;
- f) Cometer fraude fiscal ou comportar-se com má fé;

26.2. Verificado o descumprimento ao presente Edital, o processo administrativo deverá ser instaurado por decisão do Presidente da Comissão de Licitação – CPL, nos termos do art. 99 do Regulamento, ocasião em que designará membro da Comissão de Licitação, para a adoção dos seguintes procedimentos:

- a) Conduzir o processo administrativo;
- b) Descrever os fatos e as faltas imputadas ao licitante;
- c) Indicar a penalidade a que ele estará sujeito;

d) Determinar a notificação do licitante para apresentar a defesa, no prazo de até 10 (dez) dias, cuja intimação, assim como a defesa deverão ser realizadas por e-mail (art. 77 do Regulamento);

e) Analisar eventual pedido de produção de provas, podendo mediante decisão fundamentada, recusar as provas quando sejam ilícitas, impertinentes, desnecessárias, protelatórias;

f) Comunicar o licitante com antecedência mínima de três dias úteis, sobre o direito de acompanhar e participar de produção de provas, diligências, avaliações ou oitivas de testemunhas, se for o caso.

g) Conceder prazo de 10 (dez) dias para que o licitante apresente as alegações finais, no caso de ter havido produção de provas no processo.

26.3. Encerrado o referido prazo, com apresentação ou não das razões da empresa, o membro da Comissão de Licitação designado submeterá o processo à Diretoria Administrativa para decisão final, devidamente motivada, ouvido o NUJUR por meio de Parecer Jurídico.

26.4. Da decisão, o licitante será notificado por e-mail e mediante publicação no site www.banpara.b.br, podendo interpor recurso no prazo de 10 dias, sem efeito suspensivo, salvo se excepcionalmente concedido pela Diretoria Administrativa, por meio de decisão devidamente motivada e publicada nos meios pertinentes.

26.5. As penalidades referentes à inexecução do contrato estão estabelecidas na minuta do contrato, anexo ao edital.

27. DOS ILÍCITOS PENAIS

27.1 As infrações penais tipificadas no Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, 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 Especial de Licitação, 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 Especial de Licitação, 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 Especial de Licitação 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 licitante 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 <http://www.compraspara.pa.gov.br/> e <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 III).

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, 23 de junho de 2025.

--	--

Renato Augusto C. da Silva Presidente da Comissão de Licitação	Soraya Rodrigues Membro da Comissão de Licitação
Claudia Miranda Membro da Comissão de Licitação	Alessandra Brito Membro da Comissão de Licitação
Marina Furtado Membro da Comissão de Licitação	Maria Regina Wariss Membro da Comissão de Licitação
Ana Carolina Lima Membro da Comissão de Licitação	

ANEXO I

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. O objeto do presente processo licitatório é a **contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.**

1.1.1. Também integram ao objeto deste processo licitatório, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

1.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas, informar e orientar o público em geral.

1.1.1.2. O planejamento, previstos no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (online), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.1.2. Os serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

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

1.2. Para a **prestação dos serviços será contratada 2 (duas) agências de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada, conforme métrica estabelecida no art. 5º, §1º, da Instrução Normativa SECOM nº 1/2023.

1.2.1. Os serviços objeto do presente processo licitatório serão contratados por meio de agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2. As agências atuarão por ordem e conta do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3. As agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 1.1 e 1.1.1 deste Termo de Referência.

2. REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

2.1. Os produtos e serviços constantes deste Termo de Referência serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o **regime de empreitada por preço unitário**.

2.2. A empresa será contratada por meio de **licitação presencial, do tipo Melhor Técnica**, sob a égide da Lei 13.303/2016 e aplicação, de forma complementar, das Leis nº 12.232/2010, nº 4.680/1965, nº 12.846/2013, nº 14.133/21, dos Decretos nº

57.690/1996, nº 4.563/2002, Lei Complementar nº 123/2006, do Regulamento de Licitações e Contratos do Banpará e demais normas e regulamentos pertinentes, e as respectivas alterações, bem como as disposições fixadas neste Edital e em seus Anexos.

2.2.1 – O critério de contratação por meio de licitação presencial, do tipo Melhor Técnica é o mais adequado para o processo licitatório considerando a característica predominantemente intelectual dos serviços de publicidade, que englobam serviços que necessitem de competência e/ou qualidade de especialistas para o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, e a execução dos serviços prestados.

2.2.2 - Poderão participar desta licitação somente as agências de publicidade legalmente constituídas, que exerçam atividade disciplinada pela Lei 4.680/1985 e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica fornecido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP ou entidade equivalente.

2.3. O Critério Melhor Técnica será julgado conforme abaixo:

- a) atribuição de notas a quesitos de natureza qualitativa por banca designada para esse fim, de acordo com orientações e limites definidos em edital, considerados a demonstração de conhecimento do objeto, a metodologia e o programa de trabalho, a qualificação das equipes técnicas e a relação dos produtos que serão entregues;
- b) as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados comunicação, publicidade e marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que um deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o BANPARÁ.
- c) A escolha dos integrantes da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, previamente cadastrados, conforme o procedimento previsto no art. 10 da Lei nº 12.232/2010.

2.4 O sistema Compras NET ainda não está habilitado para a realização de processo licitatório do tipo melhor técnica que possuem como objeto serviços de comunicação ofertados pelo Banpará.

3. JUSTIFICATIVA PARA A CONTRATAÇÃO

3.1. A presente demanda tem como objetivo a contratação de **2 (duas) Agências de Propaganda para prestação de serviços publicitários, por demanda**, consistentes no estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. É

importante a contratação de agências de publicidade para atender de modo eficiente e assertiva as demandas de publicidade do Banpará, tanto no que tange ao atendimento dos preceitos constitucionais de dar publicidade aos atos administrativos da gestão pública, como divulgar e manter os públicos informados sobre a importância das ações desenvolvidas, conforme previsto na legislação vigente. A publicidade é a estratégia de comunicação que envolve a compra de espaço em veículos de mídia com objetivo de divulgar produtos, serviços e a marca da empresa, bem como objetiva atingir o público-alvo e incentivá-lo a consumir os produtos/serviços. Os serviços de publicidade conseguem destacar o Banco do Estado do Pará em meio à concorrência local, e ainda evidenciam os diferenciais da empresa perante clientes e público local. As agências de publicidade são responsáveis por elaborar planejamentos, e proporcionar formas para amplificar a divulgação da marca Banpará, pesquisando e elaborando estratégias para que o Banpará conquiste mais espaço no mercado e maior visibilidade diante da sociedade paraense. A competitividade no mercado financeiro é bastante acirrada, e considerando o potencial do Banpará, bem como sua gama de clientes e potenciais clientes, no que tange a comunicação publicitária, julgamos necessária a contratação de 2 (duas) agências de publicidade, no mesmo certame, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, conforme dispõe §3º, artigo 2º da Lei 12.232/10, para que haja vantagem competitiva, considerando ainda a característica intelectual dos serviços, faz-se necessário um maior nível de profissionais especializados na área, ampliando as possibilidades de criação e produção de diferentes naturezas (textos, imagens, roteiros para áudios, vídeos e etc.), visto que vivemos em uma sociedade onde a comunicação está em constante evolução, e busca múltiplas formas de se apresentar ao público alvo. Afinal, no que tange a diversidade de mídias atuais, a criação de conteúdo com qualidade para todas as esferas de comunicação e segmentação de público, no atual cenário, se torna um grande desafio. Todos os projetos publicitários serão submetidos à seleção interna entre as contratadas, de acordo com a metodologia aplicada.

4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

4.1. As propostas técnicas apresentadas pelas licitantes **serão baseadas no briefing, conforme adendo I deste Termo de Referência.**

4.2 A banca prevista no subitem 2.3 analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas em edital, neste Termo de Referência e em seus anexos.

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

QUESITOS	PONTUAÇÃO 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
Total		100

4.4. Serão levados considerados pela Banca ou Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos das Propostas, em cada quesito e subquesito:

4.4.1. Quesito 1 - **Plano de Comunicação Publicitária**

4.4.1.1. Subquesito 1 – **Raciocínio Básico**

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

4.4.1.2. Subquesito 2 - **Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do BANPARÁ, 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 BANPARÁ 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 BANPARÁ, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

4.4.1.3. 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 BANPARÁ, 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.

4.4.1.4. 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 BANPARÁ 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.

4.4.2 - 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 BANPARÁ;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do BANPARÁ na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o BANPARÁ 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 BANPARÁ.

4.4.3. 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.

4.4.4. 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.

5. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

5.1 O contrato a ser firmado terá **vigência 12 (doze) meses**, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério do BANPARÁ e com a concordância das CONTRATADAS, por períodos sucessivos, até o limite permitido na Lei nº 13.303/2016.

6. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

6.1. Os serviços compreendem:

6.1.1. 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.

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

I. o planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de ação 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. a criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas criadas pelas Agências contratadas;

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

IV. o planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos;

V. a produção de todas as peças sugeridas;

VI. a consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia;

VII) as reuniões com o BANPARÁ, para aprovação de cada etapa (do briefing inicial à arte-finalização);

VIII) pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha interna e externa, incluindo todas as peças e materiais publicitários (nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);

IX) a entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido;

X) a guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência.

6.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1, do item 6.1.1.1, 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.

6.2. Não está contemplada no objeto desta licitação a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações, determinada por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.

7. PRAZO, LOCAL, CONDIÇÕES DE ENTREGA E EXECUÇÃO CONTRATUAL

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

7.2 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 solicitadas.

7.3 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.

7.4 Refeitura/ajustes: para cada material entregue ao CONTRATANTE estão contemplados até 3 (três) ajustes, sem cobrança, desde que não exista mudança de

briefing. Contempla: ajuste de texto, alteração de disposição de imagens, troca de imagens e rediagramação (exceto para revistas, catálogos, relatório de gestão, cartilhas e folders com mais de duas dobras). Se a quantidade de solicitações de ajustes exceder o limite referenciado, a CONTRATADA aplicará adicional de custo de criação, conforme estabelecido no contrato, com base na tabela SINAPRO/PA vigente ao tempo da apuração do novo custo de criação, para que se remunere adequadamente a contratada, considerando eventuais alterações de custo que poderão surgir no decorrer do processo.

7.5 Mudança de Briefing: quando houver mudança de briefing pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA aplicará novo custo de criação, conforme estabelecido no contrato, com base na tabela SINAPRO/PA.

7.6 Cobrança de peças: peças que tiverem aprovação de orçamento e autorização de execução de criação pela CONTRATANTE, serão cobradas pela CONTRATADA.

7.7 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pelo CONTRATANTE, via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017. O detalhamento do processo de execução contratual e de demandas por meio de Ordem de Serviço será efetuado em Manual de Procedimentos editado pelo CONTRATANTE.

7.8 Para a execução, a CONTRATADA deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

7.8.1. A execução pela contratada de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela contratada.

7.8.2. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do CONTRATANTE foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

7.8.3. O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço

físico e mobiliário, demais despesas com deslocamento, alimentação e recursos para transporte e/ou estadia, devem ser custeados pela CONTRATADA.

7.9 AS CONTRATADAS deverão comprovar, no máximo de 30 (trinta) 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 desta licitação.

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

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

7.9.3 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.

7.9.4 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.

7.10 Será de responsabilidade da CONTRATADA, prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

7.11 A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

7.12 As CONTRATADAS devem manter, à frente dos serviços, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e representará as CONTRATADAS perante o BANPARÁ.

7.13 Os profissionais especializados no planejamento, na criação de campanhas e os de atendimento ao BANPARÁ, deverão possuir experiência também nesses serviços para as plataformas digitais.

7.14 Durante a vigência deste contrato, as CONTRATADAS devem 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, sendo consideradas concorrentes as empresas atuantes do setor financeiro com oferta de produtos e serviços bancários similares aos ofertados pelo Banpará.

7.15 As CONTRATADAS devem providenciar documentos de liberações, licenças, permissões e/ou autorizações que lhe permitam 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.

7.16 As CONTRATADAS responderão 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.

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

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

7.19 As CONTRATADAS, quando demandadas em campanha publicitária e/ou em caráter de rotina, atenderão as necessidades de publicidade e comunicação fornecendo peças publicitárias também para ambiente digital.

7.20 Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da contratada, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.21 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

7.22 As demandas serão encaminhadas pelo BANPARÁ às empresas CONTRATADAS, por meio de inserção no sistema em uso no BANPARÁ.

7.22.1 AS CONTRATADAS deverão 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.

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

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

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

7.22.5 Ao final do período contratado, as CONTRATADAS se obrigam a disponibilizar todos os dados da ferramenta para o BANPARÁ utilizá-la, como julgar conveniente.

7.23 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.

8. DA SUBCONTRATAÇÃO, FUSÃO, CISÃO OU INCORPORAÇÃO

8.1. A associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação devem ser comunicadas à CONTRATANTE para que esta delibere sobre a adjudicação do objeto ou manutenção do contrato, sendo essencial para tanto que a nova empresa comprove atender a todas as exigências de habilitação previstas no Edital.

8.2. Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade; os serviços de estudo, planejamento, conceituação, execução interna, intermediação da supervisão externa e de distribuição de publicidade aos veículos de demais meios de divulgação não são passíveis de subcontratação, conforme preconiza o art. 2º da Lei n. 12.232/10. As demais ações poderão ser subcontratadas a critério e sob supervisão da agência contratada. Para essa subcontratação, as contratadas deverão apresentar ao BANPARÁ lista de fornecedores, a ser validada pela área técnica competente, de três opções de produção para cada peça ou atividade sugerida.

9. VALOR DE REFERÊNCIA E A ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

9.1. O valor da contratação está estimado em **R\$ 27.999.866,00 (vinte e sete milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e sessenta e seis reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

9.1.1. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

9.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante a vigência contratual consta em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do BANPARÁ, a saber:

9.2.1. As despesas decorrentes da presente contratação e referentes ao próximo exercício serão consignadas em orçamento próprio.

9.3. O BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ S/A se reserva ao direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

9.4. No interesse do CONTRATANTE, mediante concordância de ambas as partes, nas mesmas condições contratuais, poderá haver acréscimo ou supressão em até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no §1 do art. 81 da Lei nº 13.303/2016.

9.5. Na prorrogação contratual, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

10. DO REAJUSTE

10.1 O valor global do contrato, considerando as particularidades da prestação de serviços de publicidade, cujos serviços de agência são tabelados pelo Sindicato dos Profissionais de Propaganda do Estado do Pará - Sinapro/PA, e os demais serviços possuem tabelamento próprio de cada veículo/prestador, não sofrerá reajuste.

11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

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

11.1.2. A CONTRATADA manterá escritório, sucursal ou filial em Belém, e poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção e outros serviços complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições do item 7.9 e as cláusulas previamente acordadas.

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

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

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

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

11.1.5.1.1. O disposto no subitem 11.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

11.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 11.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo

administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

11.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 15.2.1.1 e 15.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

11.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores, apresentando, no mínimo, 3 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores atuantes no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

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

III - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à CONTRATANTE, aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

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

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

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

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

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

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

11.1.7.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

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

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

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

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

11.1.7.7. As disposições dos subitens 11.1.7 e 11.1.7.1 não se aplicam à compra de mídia.

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

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

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

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

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

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

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

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

11.1.9.1.3. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza *fake news*, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

11.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 16.5.1, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

11.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 11.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

11.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 11.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

11.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 10.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

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

11.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 11.1.11, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, dispositivo de armazenamento portátil USB e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos e/ou finalizados.

11.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em unidade de dispositivo de armazenamento portátil USB, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.1.26.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela CONTRATADA.

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

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

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

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

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

11.1.31. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, em observância ao artigo 27 da Lei 13.303/2016.

11.1.32. A CONTRATADA deverá indicar formalmente seu preposto.

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

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

11.2.1. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou no processo licitatório que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

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

12. ACOMPANHAMENTO, FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

13. REMUNERAÇÃO

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

13.1.1. Honorários 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.

13.1.2. Honorários de incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

- I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;
- II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III) à reimpressão de peças publicitárias.

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

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

13.2. Os honorários de que tratam os subitens 13.1.1, 13.1.2 alínea I e 13.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

13.3. A CONTRATADA não fará jus:

a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/1965;

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

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

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

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

13.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

14. DESCONTO DE AGÊNCIA

14.1. Além da remuneração prevista no item 13, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

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

14.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE percentual do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

15. DIREITOS AUTORAIS

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

15.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nos itens 13 e 14 deste Termo de Referência.

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

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

15.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 15.2.1.1 e 15.2.1.2.

15.2.1.1. Na reutilização de peças, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

15.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

15.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens “15.2.1.1” e “15.2.2”, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

15.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 11.1.7.

15.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz.

15.5.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

16. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

- I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;
- II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;
- III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

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

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

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

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

16.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

- I – execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 16.1;
- II – intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 16.1;
- III – bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 16.1;
- IV – veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 16.1, da demonstração do valor devido ao veículo de

divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 16.5.

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

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

16.2.3. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

16.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 16.1 e 16.2.

16.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 16.2.1 e 16.2.2.

16.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 16.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

- I - revista: exemplar original;
- II - jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;
- III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos nos subitens 10.1.32, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

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

- a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;
- a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas na alínea 'a' deste subitem;
- a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação; b) Mídia Exterior:
- b1) mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
- b2) ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;
- b3) carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela

empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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

c) internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, com captura da tela onde seja possível identificar o endereço da página onde a peça foi veiculada e a data e/ou período da veiculação.

16.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 16.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

16.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

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

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

16.8 Quando da ocorrência de eventuais atrasos de pagamento provocados exclusivamente pelo Banpará, incidirá sobre os valores em atraso juros de mora no percentual de 1% (um por cento) ao mês, pro rata die, calculados de forma simples sobre o valor em atraso e devidos a partir do dia seguinte ao vencimento até a data da efetiva liquidação do débito.

16.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 16.8, os serviços prestados pela CONTRATADA relativos aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

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

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

16.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

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

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

16.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 16.10 e 16.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

16.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 16.10.2, a CONTRATANTE, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

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

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

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

17. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

17.1 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.

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

17.1.1.1 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 1, 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.

17.1.1.2 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;

17.1.1.3 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.

17.1.1.3.1 No caso do subitem anterior, 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.

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

17.3 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:

1. 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 manter 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 Relacionamento e Anticorrupção do Banpará bem como seu Código de Ética e Conduta Institucional.

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

17.5 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.

17.6 As penalidades serão devidamente publicadas no DOE.

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

18. CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO

18.1. O objeto contratado será recebido pelo fiscal do contrato de acordo com o Artigo 40, IX da Lei 13.303/2016 e Artigo 88 do REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DO BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A - BANPARÁ, da seguinte forma:

- a) provisório: no caso de aquisição de equipamentos e outros objetos em que seja necessário, para sua avaliação, que a posse seja transferida ao BANPARÁ, sem representar qualquer tipo de aceite ou consideração sobre o adimplemento das obrigações pelo contratado;
- b) parcial: relativo a etapas ou parcelas do objeto, definidas no contrato ou nos documentos que lhe integram, representando aceitação da execução da etapa ou parcela;
- c) definitivo: relativo à integralidade do contrato, representando aceitação da integralidade do contrato e liberação do contratado tocante a vícios aparentes.

18.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato, às custas da Contratada, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

18.3. O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade civil pela solidez e segurança do serviço, nem ético-profissional, pela perfeita execução do Contrato, dentro dos limites estabelecidos pela Lei ou pelo Contrato.

18.4. Se forem apontadas quaisquer pendências, não será lavrado o Termo de Recebimento Definitivo enquanto tais pendências não forem totalmente eliminadas.

18.5. As disposições previstas nesta cláusula não excluem o disposto no art. 50 da Instrução Normativa SLTI/MP nº 05, de 2017, aplicável no que for pertinente à contratação.

19. GARANTIA DE EXECUÇÃO

19.1 Para garantia do fiel e perfeito cumprimento de todas as obrigações ora ajustadas, a(s) licitante(s) vencedora(s) deve(m), dentro de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da assinatura do contrato, apresentar garantia ao BANPARÁ, no valor equivalente a 1% (um por cento) do valor total desta contratação, que deve cobrir o período de execução do contrato e estender-se até 3 (três) meses após o término da vigência contratual, devendo ser renovada a cada prorrogação contratual e complementada em casos de aditivos e apostilas para reajustes.

19.2 Considerando a seleção de 2 (duas) contratadas nesta licitação, o percentual no item 19.1 deve ser dividido entre as duas agências selecionadas.

20. RESCISÃO DO CONTRATO

20.1. Os critérios para a rescisão contratual estão disciplinados Minuta de Contrato.

21. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Na qualificação técnica a licitante deverá apresentar os seguintes documentos:

21.1. Ao menos 1 (uma) declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto deste processo licitatório, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no Edital, em papel timbrado e com identificação do emitente, em original ou cópia autenticada.

21.1.1 A declaração deverá conter nome, CNPJ/CPF, endereço e telefone de contato do declarante, ou qualquer outro meio com o qual o Banpará possa valer-se para manter contato com a pessoa declarante, se for o caso.

21.2 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;

21.2.1 O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

21.2.2 O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.”

21.3. REQUISITOS DE QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

Na habilitação econômico-financeira a licitante deverá apresentar os seguintes documentos:

21.3.1 Certidão negativa de feitos sobre falência, expedida pelo cartório distribuidor da comarca da sede da pessoa jurídica, somente será aceita com o prazo máximo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua emissão.

a) Agente econômico em recuperação judicial ou extrajudicial pode participar de licitação, desde que atenda às condições para comprovação da capacidade econômica e financeira previstas no edital.

21.3.2 Balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da lei:

a) Para Sociedades Anônimas, cópia autenticada da publicação do Balanço Patrimonial em diário oficial ou jornal de grande circulação da sede da empresa Licitante;

b) Para as Sociedades Limitadas e demais empresas, cópias legíveis e autenticadas das páginas do livro diário, onde foram transcritos o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do último exercício social, com os respectivos termos de abertura e de encerramento registrados na Junta Comercial; OU no caso de empresas com obrigatoriedade por lei de Registro de suas demonstrações em outros órgãos, deverá apresentar tais demonstrações registradas em tais órgãos.

c) Demonstrações Contábeis elaboradas via escrituração contábil digital, através do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED. Os tipos societários obrigados e/ou optantes pela Escrituração Contábil Digital – ECD, consoante disposições contidas no Decreto nº 6.022/2007, regulamentado através da IN nº 2003/2021 da RFB e alterações, apresentarão documentos extraído do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED na seguinte forma:

I. Recibo de Entrega de Livro Digital transmitido através do Sistema Público de Escrituração Digital – Sped, nos termos do decreto 8.683/2016, desde que não haja indeferimento ou solicitação de providências;

II. Termos de Abertura e Encerramento do Livro Diário Digital extraídos do Sistema Público de Escrituração Digital – Sped;

III. Balanço e Demonstração do Resultado do Exercício extraídos do Sistema Público de Escrituração Digital – Sped.

21.3.3 As empresas com menos de 01 (um) ano de existência, que ainda não tenham balanço de final de exercício, deverão apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido, relativos ao período de sua existência, bem como, balanço de abertura ou documento equivalente, devidamente assinado por contador e arquivado no órgão competente;

21.3.4 Índices de Liquidez Corrente (LC), de Liquidez Geral (LG) e de Solvência Geral (SG) > 1.0 (superiores a 1.0).

a) Os índices descritos no subitem acima, deverão ser apurados com base no Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social e apresentados de acordo com as seguintes fórmulas:

ATIVO CIRCULANTE

LC = -----

PASSIVO CIRCULANTE

ATIVO CIRCULANTE + REALIZÁVEL A LONGO PRAZO

LG = -----

PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

ATIVO TOTAL

SG = -----

PASSIVO CIRCULANTE + EXIGÍVEL A LONGO PRAZO

b) As empresas que apresentarem quaisquer dos índices calculados na alínea anterior ≤ 1 (menor ou igual a 1.0) deverão comprovar Capital Social ou Patrimônio Líquido de valor não inferior a 10% (dez por cento) do valor cotado na sessão (do valor da proposta).

c) As microempresas ou empresas de pequeno porte devem atender a todas as exigências para comprovação da capacidade econômica e financeira previstas no edital.

d) Nos casos de consórcios, cada um dos consorciados devem apresentar a integralidade dos documentos sobre as condições econômicas e financeiras exigidos no edital.

22. FORMALIZAÇÃO E VIGÊNCIA CONTRATUAL

22.1. Os serviços objeto do presente Termo de Referência serão formalizados mediante Contrato.

22.2. O contrato terá a duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data da assinatura do contrato, cujo extrato deverá ser publicado no Diário Oficial do Estado do Pará, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos subsequentes mediante termos aditivos, até o limite permitido na Lei nº 13.303/2016.

23. PUBLICAÇÃO

23.1. A eficácia do contrato fica condicionada à publicação resumida do instrumento pela Administração, na Imprensa Oficial, a ser providenciada pelo CONTRATANTE.

24. DISPOSIÇÕES GERAIS

24.1. A empresa vencedora do certame deverá fornecer ao fiscal do contrato um número de telefone fixo, um número de telefone móvel (celular) e endereço de e-mail, para eventuais chamadas de emergência, as quais deverão ser atendidas em, no máximo, duas horas.

24.2. Os proponentes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

24.3. Nos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes da legislação pertinente.

24.4 O foro para dirimir quaisquer questões relativas ao presente Edital será o da comarca de Belém, Pará, com exclusão de qualquer outra.

24.5. Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas relativas na interpretação do presente Termo de Referência deverá ser encaminhado, por escrito, ao Setor de Licitações do BANPARÁ - BANCO DO ESTADO DO PARÁ S/A, situado na Avenida Presidente Vargas, nº 251 – 1º andar, CEP 66.010-000 ou por meio do endereço eletrônico cpl-1@banparanet.com.br. As respostas serão publicadas no portal www.banpara.b.br, no www.compraspara.pa.gov.br e enviadas por e-mail para o solicitante.

25. ADENDOS

25.1. Integram este Anexo os seguintes adendos:

Adendo I: Briefing

Adendo II: Modelo de Proposta de Preços

Adendo III: Modelo Procuração.

Adendo IV: Declaração de Cumprimento das Condições de Sustentabilidade

Adendo V: Matriz de Risco

Adendo VI: Declaração de Inexistência de Conflito de Interesse

1. A EMPRESA E SEUS CONTEXTOS

1.1. Histórico

Em vistas de completar 64 anos de atuação, o Banco do Estado do Pará S.A. é uma sociedade anônima de capital aberto e economia mista, com o Governo do Estado do Pará como acionista majoritário. Criado pela Lei Estadual nº 1.819/1959 e oficialmente inaugurado em 26 de outubro de 1961, o banco é regido por seu Estatuto Social e pelas Leis nº 4.595/64, nº 6.404/1976, nº 13.303/2016, além de outras disposições legais pertinentes.

O banco opera como uma instituição múltipla, oferecendo carteiras comercial, de crédito imobiliário, de desenvolvimento e de câmbio. Suas operações visam agregar valor à economia do Estado do Pará e são financiadas não apenas por recursos próprios (patrimônio líquido), mas também por captações de depósitos à vista, poupança e depósitos a prazo, incluindo depósitos judiciais. Além disso, o Banco atua como um instrumento na execução da política econômico-financeira do Estado, alinhando-se aos planos e programas do Governo Estadual.

Atualmente, o Banco do Estado do Pará está presente em todos os 144 municípios do Pará, alcançando 100% do território e disponível para todos os paraenses residentes no Estado. Além disso, o Banpará diversifica continuamente seu portfólio de produtos e serviços, consolidando-se como uma instituição essencial para o progresso econômico da região.

Conforme estabelece seu Estatuto Social, ao Banpará compete a prática de operações ativas, passivas e acessórias, em conformidade com as disposições legais e regulamentares vigentes relacionadas aos bancos comerciais, de desenvolvimento, ao mercado de câmbio, ao comércio exterior e ao crédito.

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 e vida de milhões de paraenses.

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

Ser o banco público fomentador da inclusão social e a principal escolha dos clientes no Pará, com foco no atendimento personalizado, inovação, sustentabilidade e biodiversidade.

1.4. Valores

- Compromisso com a satisfação dos clientes, colaboradores, fornecedores, comunidade 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, Ética, Meritocracia e Responsabilidade Socioambiental;
- Resultados sustentados pela ética e conformidade.

1.5. Banpará Hoje

O Banpará tem investido de forma significativa em tecnologia, reconhecendo que a inovação é crucial para melhorar a experiência de seus clientes e aumentar a eficiência operacional. Com a implementação de sistemas modernos e soluções digitais, o banco busca facilitar o acesso aos serviços bancários, oferecendo plataformas online e aplicativos que garantem agilidade e conveniência.

Além disso, o investimento em tecnologia vai além da infraestrutura, incluindo a capacitação contínua de sua equipe. Isso assegura que os funcionários estejam preparados para atender às demandas de um mercado em constante evolução. Esse compromisso com a modernização visa fortalecer a posição do Banpará como uma instituição financeira acessível e alinhada às necessidades da população paraense.

O Banpará também dedica recursos significativos à propaganda e publicidade, reconhecendo a importância de se comunicar de forma eficaz com o público. Esses investimentos têm como objetivo aumentar a visibilidade da marca e promover a diversidade de produtos e serviços oferecidos pelo Banco. Por meio de campanhas publicitárias criativas e estratégias de comunicação direcionadas, o Banpará busca engajar seus clientes e consolidar sua presença no mercado, ressaltando seu papel como agente de desenvolvimento econômico e social no Estado. A instituição utiliza, ainda, plataformas digitais e mídias sociais para alcançar um público mais amplo, adaptando suas mensagens às necessidades e interesses de diferentes segmentos da população.

Os resultados econômico-financeiros do Banpará refletem a importância que a instituição sempre teve na vida dos paraenses. O Banco atua como uma entidade de

economia mista, cumprindo sua função social enquanto promove o desenvolvimento do Estado do Pará, oferecendo um portfólio diversificado de produtos e serviços que atendem a diversos segmentos.

Dadas suas características, todos os cidadãos paraenses são clientes potenciais do Banpará, que disponibiliza carteiras de crédito para pessoa física, pessoa jurídica, financiamento de energia solar, linhas variadas de microcréditos, crédito imobiliário, rural e câmbio. A sociedade paraense pode esperar um Banpará cada vez melhor e mais inserido na vida dos cidadãos, atuando em todo o Estado, proporcionando atendimento de qualidade e contribuindo para alavancar desde pequenos negócios até grandes empreendimentos.

1.5.1. Um Banco Moderno e Competitivo

O Banpará estabelece diretrizes claras para garantir a continuidade do progresso ao longo de sua trajetória. Isso inclui a complementação e consolidação de seu portfólio de produtos e serviços, além de criar bases sólidas para a construção de um futuro sustentável, fundamentado nos pilares da rentabilidade, capilaridade, inovação e excelência operacional. Atualmente, o Banco do Estado do Pará conta com mais de 705 mil clientes, abrangendo tanto pessoas físicas quanto jurídicas.

O Banpará oferece uma variedade de produtos e serviços financeiros para atender diferentes necessidades da população e empresas. Alguns dos principais produtos incluem:

- a. Crédito Pessoal: Empréstimos para consumo e despesas pessoais.
- b. Crédito Imobiliário: Financiamento para aquisição, construção ou reforma de imóveis.
- c. Crédito para Pessoa Jurídica: Linhas de crédito destinadas a empresas de diferentes portes.
- d. Fomento: Financiamentos para projetos e atividades de desenvolvimento econômico, como crédito para os setores rurais, financiamento de energia solar, Fungetur entre outros.
- e. Câmbio: Serviços relacionados à compra e venda de moedas estrangeiras.
- f. Microcrédito: Linhas de crédito para microempreendedores e empreendedores individuais a fim de impulsionar os pequenos negócios no Estado gerando emprego e renda à população.
- g. Poupança: Contas para depósitos de valores para rendimento e realização de projetos futuros acessível para todos os perfis de clientes.
- h. Cartões de Crédito: Várias opções de cartões com diferentes benefícios, incluindo cartão afinidade personalizado com escudo dos mais populares clubes de futebol paraenses.
- i. Produtos de Investimento: Opções para aplicação de recursos a médio e longo prazo, como Fundos de Investimento, Letra de Crédito Imobiliário e CBD.
- j. Seguros: Diversos segmentos de seguros para proteção de bens e pessoas.

É importante ressaltar que o Plano Estratégico do Banpará para o quinquênio de 2025 a 2029 foi elaborado com base nas diretrizes e objetivos definidos pela Alta Administração. O foco principal é assegurar o crescimento sustentável da instituição e a continuidade do processo de aperfeiçoamento, gerando cada vez mais valor para o negócio. O objetivo é transformar o Banpará em um banco cada vez mais eficiente, eficaz e inovador, com a meta de se especializar no ecossistema de inovação da Amazônia nos próximos anos.

Além de seus expressivos resultados econômico-financeiros, o Banpará se destaca como uma instituição financeira altamente competitiva, tendo ampliado e modernizado sua rede de agências de maneira significativa. Essa expansão visa garantir que os serviços estejam mais acessíveis à população, alinhando-se às demandas de um mercado financeiro em constante evolução.

1.5.2. Operações de Crédito

O Banpará oferece uma ampla gama de operações de crédito, visando atender às necessidades de pessoas físicas e jurídicas. As principais linhas de crédito incluem são estruturadas para proporcionar acesso a recursos financeiros de forma responsável, conforme abaixo:

- Crédito Consciente

Uma prioridade do Banpará é promover o crédito consciente, que busca assegurar que os clientes tenham pleno conhecimento das condições e responsabilidades envolvidas na contratação de empréstimos. As campanhas veiculadas pelo banco possuem o selo de Crédito Consciente, um reconhecimento que destaca o compromisso da instituição com práticas de crédito responsável. Esse selo indica que as campanhas são elaboradas para informar os clientes sobre a importância de um planejamento financeiro adequado, evitando o superendividamento e incentivando decisões de crédito bem fundamentadas.

1.5.3. Captação

A captação de recursos é uma das atividades fundamentais do Banpará, permitindo que a instituição amplie sua capacidade de financiamento e ofereça uma gama diversificada de produtos e serviços. O banco adota várias estratégias para captar recursos, incluindo a aceitação de depósitos à vista, contas de poupança, depósitos a prazo, letras financeiras e letras de crédito imobiliário, entre outras. Essas captações são essenciais para financiar as operações de crédito, garantindo que os clientes tenham acesso a linhas de crédito adequadas às suas necessidades.

1.5.4. Rede de Atendimento Banpará

O Banpará está presente nos 144 municípios paraenses, disponibilizando à população uma rede de atendimento que contempla Agências, Postos de Atendimento, Caixas Deslocados e PAE's (Postos de Atendimento Eletrônico).

No ano de 2024, os números de acesso aos canais eletrônicos foram significativos, evidenciando uma tendência crescente na preferência pelo atendimento virtual em relação aos métodos convencionais, conforme dados abaixo:

- Central de Atendimento

O Banpará também oferece canais de comunicação direta com os clientes por telefone. A Central de Atendimento Banpará (3004-4444) presta informações sobre produtos e serviços bancários, além de possibilitar o acesso à conta. Já o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) (0800-280-6605) tem como objetivo resolver demandas relacionadas a reclamações, pedidos de cancelamento de produtos e serviços, garantindo um atendimento ágil e eficiente aos seus usuários. Em 2024 a Central de Atendimento Banpará recebeu 71.126 ligações.

- Assistente Virtual – IVI

Seguindo a tendência de mercado para melhorar a experiência do cliente, a IVI, assistente de atendimento virtual do Banpará disponível no site institucional totalizou 124.459 atendimentos em 2024.

- Internet Banking e Aplicativo Banpará

Os principais canais eletrônicos de atendimento e movimentação financeira totalizaram em 2024 pouco mais de 38 bilhões de acessos.

1.5.5. Internet

- Sites Banpará

O Banpará, comprometido em proporcionar uma experiência transparente e acessível, disponibiliza dois sites essenciais para atender seus clientes e investidores. O site institucional do Banpará, acessível em www.banpara.b.br, é uma plataforma abrangente que oferece informações detalhadas sobre os diversos produtos e serviços financeiros disponíveis. Os usuários podem explorar opções de crédito, cartões, investimentos e muito mais, com fácil navegação. Além disso, a página fornece acesso a informações institucionais e transparência pública.

Além da página institucional, o Banpará possui um portal com informações voltadas para investidores, disponível em ri.banpara.b.br, é uma ferramenta dedicada a acionistas e potenciais investidores. Este site apresenta uma variedade de informações relevantes, incluindo resultados econômico-financeiros, relatórios anuais, dados sobre governança corporativa. Os investidores podem acompanhar de perto o desempenho do banco e acessar documentos que garantem transparência e confiança em suas decisões de investimento.

- Redes Sociais

O Banpará também se destaca nas redes sociais, utilizando essas plataformas para fortalecer sua presença digital e promover uma comunicação mais próxima com

seus clientes e a sociedade em geral. Com perfis ativos em diversas redes, como Facebook, Instagram, X (Twitter), Youtube e LinkedIn, o banco compartilha informações relevantes ao cliente, e sobre produtos e serviços.

Por meio das redes sociais, o Banpará se conecta de maneira dinâmica e eficaz com seu público, ampliando o alcance de suas mensagens e fortalecendo seu papel como uma instituição acessível e inovadora.

1.6. Compromisso Com o Desenvolvimento do Pará

O Banpará é mais do que uma instituição financeira; é um agente ativo no desenvolvimento econômico e social do Estado do Pará. Com uma missão centrada na promoção do bem-estar da população, o banco investe continuamente em iniciativas que visam fortalecer a economia local e fomentar oportunidades para cidadãos e empresas.

Com um portfólio diversificado de produtos e serviços financeiros, o Banpará busca atender às necessidades específicas da população paraense, oferecendo linhas de crédito acessíveis, apoio a pequenos negócios e soluções inovadoras que incentivam o empreendedorismo. O banco também se dedica a projetos de infraestrutura e desenvolvimento sustentável, colaborando com o governo e outras instituições para promover melhorias em áreas essenciais como habitação, saúde e educação.

1.6.1. Compromisso com a Cultura e o Esporte Paraense

O Banpará reafirma seu compromisso com a cultura e o esporte no Estado do Pará por meio de patrocínios que promovem a diversidade cultural e incentivam o desenvolvimento do esporte. Por meio de ações estratégicas, o banco busca fortalecer a identidade paraense e proporcionar oportunidades de crescimento para artistas e atletas.

Na área cultural, o Banpará investe em uma variedade de projetos que celebram as tradições e expressões artísticas do Pará. Isso inclui o apoio a festivais, exposições e apresentações que destacam a música, a dança e as artes visuais locais. Esses patrocínios não apenas promovem a cultura regional, mas também atraem turistas e contribuem para o desenvolvimento da economia criativa.

No âmbito esportivo, o apoio do Banpará ao Campeonato Paraense de Futebol é um dos principais destaques de sua atuação. Ao patrocinar esse importante torneio que mobiliza a paixão dos torcedores, o banco reforça sua posição como um incentivador do esporte, promovendo a prática do futebol e a valorização dos clubes locais. O Banpará acredita que o esporte é uma ferramenta vital para a inclusão social e o desenvolvimento pessoal.

2. O BANPARÁ E A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL- RSA

2.1. Relacionamento com o Meio Ambiente

O Banpará é uma instituição que busca a excelência no atendimento e o desenvolvimento social sustentável do Pará, com o objetivo de fortalecer a economia e contribuir para a redução das desigualdades sociais em nosso estado. Nesse contexto, o banco valoriza e integra a responsabilidade socioambiental em seus valores fundamentais.

As estratégias do Banpará têm como prioridade o alinhamento com o Plano de Governo, que visa investir no desenvolvimento econômico e social do Pará. O banco prioriza a alocação de esforços em pilares essenciais para o desenvolvimento sustentável da região.

O Banpará reconhece a sua responsabilidade para com o desenvolvimento sustentável e busca ampliar continuamente sua atuação em resposta às necessidades sociais, ambientais e climáticas, alinhando-se às melhores práticas de mercado. Está comprometido em encontrar soluções que contribuam para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Para fortalecer esse compromisso, foi implantado a Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC) e implementado diversas ações institucionais destinadas a mitigar os riscos socioambientais associados às atividades do Banco. Além disso, está comprometido com as questões sociais, apoiamos várias instituições filantrópicas que desenvolvem projetos significativos no Estado, contribuindo para um futuro melhor para todos os paraenses.

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 promove ações de inclusão social por meio de um convênio com a Associação Paraense de Pessoas com Deficiência (APPD), que visa estimular a autonomia de pessoas com necessidades especiais. Essa parceria permite que diversos colaboradores da APPD atuem como prestadores de serviços no Banpará, contribuindo para um ambiente de trabalho mais inclusivo e diversificado. Com essa iniciativa, o banco reafirma seu compromisso com a inclusão e a valorização das habilidades de todos os cidadãos, promovendo oportunidades que respeitam e atendem às necessidades da comunidade.

- **Doações**

O Banpará tem um forte compromisso com a responsabilidade social e a promoção do bem-estar da comunidade paraense, refletido no apoio a projetos de diversas instituições filantrópicas. Entre as organizações apoiadas, destacam-se:

- a) Espaço Nova Vida: presta atendimento a dependentes químicos e alcoólicos, oferecendo suporte para a reintegração social.
- b) Fazenda Esperança: acolhe pessoas que enfrentam problemas com dependência química e alcoolismo, proporcionando um ambiente seguro para recuperação.
- c) Ação Sorriso: oferece atendimento médico a pessoas carentes, garantindo acesso a cuidados essenciais para a saúde.
- d) Casa do Menino Jesus III: atende crianças e adolescentes de baixa renda, especialmente aqueles vindos do interior do estado em busca de tratamento.

Por meio dessas doações, o Banpará não apenas contribui para o fortalecimento dessas instituições, mas também ajuda a transformar vidas, promovendo inclusão e dignidade. Essas iniciativas refletem a missão do banco de ser um agente de mudança social, comprometido com o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade paraense.

2.3. Principais Produtos Banpará

2.3.1. Microcrédito

O Microcrédito Banpará é uma iniciativa crucial voltada para o fortalecimento do empreendedorismo no estado, especialmente para aqueles que buscam iniciar ou expandir seus pequenos negócios. Este programa oferece acesso facilitado a linhas de crédito destinadas a micro e pequenos empreendedores, proporcionando recursos financeiros em condições que atendem à realidade local.

▪ Banpará Comunidade

Financiar empreendedores de micro e pequenos negócios do setor formal e informal, inclusive Motoristas de Aplicativo e de Transporte Alternativo, Batedores de Açai, MEI e ME. Possui as seguintes modalidades:

- a) Banpará Comunidade Comum: Financiar pessoas físicas em geral e motoristas de aplicativo e transporte alternativo não cooperados;
 - b) Banpará Comunidade - Batedor De Açai: Financiar empreendedores que trabalhem na atividade de bater açai;
 - c) Banpará Comunidade Motorista De Transporte Alternativo Cooperado: Financiar Motoristas de Transporte Alternativo vinculados à Cooperativas / Associações / Sindicatos.
 - d) Banpará Comunidade - Mototaxista;
 - e) Banpará Comunidade -Taxista
 - f) Banpará Comunidade MEI: Financiar Microempreendedores Individuais;
 - g) Banpará Comunidade ME: Financiar Microempresas.
- Empodera

O Microcrédito Empodera é uma iniciativa inovadora do Banpará, voltada para fortalecer o empreendedorismo, com ênfase especial em mulheres. Com um foco claro na inclusão financeira, o programa oferece acesso a linhas de crédito acessíveis, permitindo que as empreendedoras iniciem ou expandam seus pequenos negócios, sejam eles formais ou informais. Essa abordagem não se limita a fornecer recursos financeiros; ela também visa empoderar as participantes, promovendo sua autonomia econômica e contribuindo para a geração de renda.

- **Credturismo**

O Microcrédito Credturismo tem como objetivo financiar micro e pequenos empreendedores do ramo turístico paraense. Essa iniciativa é fundamental para impulsionar o desenvolvimento do setor, proporcionando acesso a recursos financeiros que permitem a esses empreendedores iniciar ou expandir seus negócios.

O Credturismo busca fortalecer a economia local, promovendo a diversidade de serviços e experiências turísticas que o Pará tem a oferecer. Com condições facilitadas de crédito, o programa visa incentivar o empreendedorismo, apoiar a geração de emprego e renda, e contribuir para a valorização da cultura e das tradições regionais.

- **Jovem Empreendedor**

Trata-se de linha de microcrédito destinada exclusivamente aos jovens, entre 18 e 29 anos, oriundos do projeto de qualificação Juventude Empreendedora da Secretaria de Estado de Justiça e Direitos Humanos (SEJUDH).

2.3.2. Financiamento Com Recursos do BNDES e De Terceiros

O Banpará, como agente financeiro credenciado pelo BNDES, tem o papel de fomentar o desenvolvimento econômico no Pará por meio de suas linhas de crédito indiretas. Oferecendo financiamentos de longo prazo para pessoas físicas que atuam como produtores rurais e para pessoas jurídicas de todos os portes. Os recursos podem ser utilizados para a aquisição de máquinas e equipamentos, como tratores e colheitadeiras, além de possibilitar a expansão da produção ou a implementação de novos projetos, incluindo soluções em Energia Solar. As linhas de crédito disponíveis para esse segmento incluem FINAME BK Aquisição e Comercialização, BNDES Automático - Projeto de Investimento e BNDES Finame - Baixo Carbono (Energia Solar).

2.3.3. Crédito Rural

O Banco do Estado do Pará disponibiliza linhas de crédito rural para apoiar a produção agropecuária do Estado, atendendo pequenos, médios e grandes produtores. Os recursos podem ser utilizados para custear atividades já existentes, além de possibilitar a implantação, ampliação ou reforma de empreendimentos. Também é viável financiar a aquisição de animais, máquinas e equipamentos, bem como serviços agropecuários.

Os produtos de crédito rural são destinados a produtores rurais, tanto pessoas físicas quanto jurídicas, com algumas exceções.

2.3.4. Microcrédito Banpará Bio

O Banpará oferece uma solução de crédito voltada para Povos Indígenas, Povos e Comunidades Tradicionais e/ou Agricultores Familiares (PIPCTAFs).

O Microcrédito Banpará Bio é uma linha de crédito ideal para pequenos produtores rurais das atividades de extrativismo, atividades agrícolas, pecuárias e pesca.

2.3.5. Energia Solar

A linha de financiamento para Energia Solar permite a aquisição de equipamentos destinados à geração de energia elétrica a partir da radiação solar. O crédito pode ser utilizado tanto para consumo residencial quanto comercial ou industrial.

O objetivo da Linha Energia Solar é estimular a diversificação da matriz energética nos diversos setores do Estado do Pará, financiando a aquisição e instalação de equipamentos geradores de energia elétrica. Essa iniciativa contribui para a preservação do meio ambiente, a geração de emprego e renda, e promove a responsabilidade socioambiental, além de incentivar o uso de fontes de energia renováveis e mais limpas.

2.3.6. Fungetur

O Banpará atua como agente financeiro credenciado pelo Ministério do Turismo para operacionalizar as linhas de financiamento com recursos do Fundo Geral do Turismo – FUNGETUR. Esses produtos são destinados a pessoas jurídicas do ramo de turismo que prestam serviços conforme elencado no Artigo 21 da Lei nº 11.771/2008 e que estejam devidamente cadastradas no CADASTUR.

As linhas do FUNGETUR têm como finalidade financiar capital de giro, aquisição de bens, obras civis para implantação, ampliação, modernização e reforma de empreendimentos turísticos, além de capital de giro associado.

2.3.7. Cartões Banpará Mastercard

Os Cartões Banpará Mastercard oferecem uma solução prática e flexível para os clientes, combinando funcionalidades de crédito e débito. Com eles, é possível realizar compras tanto em estabelecimentos físicos quanto online, além de permitir o gerenciamento fácil das despesas.

Os cartões são aceitos em uma ampla rede de comerciantes, tanto no Brasil quanto no exterior, proporcionando maior conveniência aos usuários. Além disso, os clientes têm acesso a benefícios exclusivos, como programas de fidelidade, promoções e segurança nas transações.

Os Cartões Banpará também proporcionam aos clientes a oportunidade de aderir ao Cartão Afinidade, onde o cliente pode personalizar o seu cartão com os escudos do Clube do Remo, ou Paysandu Sport Club.

2.3.8. Crédito Imobiliário

O crédito imobiliário do Banpará oferece condições acessíveis para a aquisição, construção ou reforma de imóveis, atendendo tanto pessoas físicas quanto jurídicas. O objetivo é facilitar o acesso à casa própria e fomentar o desenvolvimento urbano no Estado do Pará.

Os clientes podem contar com taxas de juros competitivas, prazos flexíveis de pagamento e financiamento de até 90% do valor do imóvel, dependendo do perfil e das condições do projeto.

2.3.9. Câmbio

A carteira de câmbio do Banpará é alinhada com as principais instituições financeiras, oferecendo um atendimento diferenciado para seus clientes. O banco atua em três categorias de câmbio:

- a) Câmbio Turismo: Destinado a pessoas físicas que necessitam de moedas estrangeiras para viagens, proporcionando tarifas competitivas e um processo de compra simplificado.
- b) Câmbio Financeiro: Focado em operações financeiras, esse serviço atende tanto pessoas físicas quanto jurídicas, facilitando transações internacionais em moedas estrangeiras.
- c) Câmbio Comercial: Exclusivo para clientes PJ, essa categoria oferece soluções de câmbio para empresas que realizam transações comerciais com o exterior, com condições vantajosas e suporte especializado.

Com essas modalidades, o Banpará busca atender às diferentes necessidades de seus clientes, proporcionando uma experiência de câmbio mais eficiente e acessível.

3. Clientes

O Banpará se posiciona no mercado como uma instituição que vai além dos serviços e produtos de um banco comercial, estando presente no dia a dia dos cidadãos paraenses. Com sua atuação diversificada, todo paraense é considerado um cliente potencial do Banpará, assim como empresas e órgãos públicos e privados.

Os principais clientes do Banpará são identificados por segmentos:

- a) Pessoa Física: A atuação é adaptada conforme o perfil do cliente e seu nível de relacionamento com o banco.
- b) Pessoa Jurídica Pública: Inclui órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário.
- c) Pessoa Jurídica Privada: Abrange microempresas, pequenas empresas, médias empresas e grandes empresas.

Essa segmentação permite ao Banpará oferecer soluções financeiras personalizadas que atendem às necessidades específicas de cada grupo, fortalecendo sua presença e relevância na economia local.

4. Fornecedores

Os contratos firmados pelo Banpará com seus fornecedores incluem cláusulas que abordam questões essenciais, como ética, responsabilidade socioambiental e direitos humanos. Esses contratos exigem a comprovação de pagamentos de obrigações trabalhistas e sociais, assim como o recolhimento de impostos e taxas. Além disso, as empresas contratadas devem observar rigorosamente as diretrizes estabelecidas no Código de Ética e Conduta do Banpará.

A instituição também se compromete a seguir práticas rigorosas relacionadas à prevenção da lavagem de dinheiro e ao combate à corrupção, reforçando seu compromisso com a integridade e a transparência nas relações comerciais. Com essas iniciativas, o Banpará busca promover um ambiente de negócios responsável e ético, alinhado aos seus valores institucionais.

5. Recursos Humanos

O Banpará conta com um quadro de mais de 2.500 funcionários, refletindo seu compromisso com o desenvolvimento e a qualidade dos serviços oferecidos. O banco investe continuamente em capacitação e formação, garantindo que seus colaboradores estejam sempre atualizados e preparados para atender às demandas dos clientes com excelência.

Além disso, o Banpará destaca-se na promoção da saúde do trabalhador. A instituição realiza campanhas de vacinação e palestras de conscientização sobre temas relevantes, visando o bem-estar e a saúde de seus funcionários. Essas iniciativas não apenas promovem um ambiente de trabalho saudável, mas também fortalecem a cultura de responsabilidade social dentro da organização. Com essa abordagem, o Banpará reafirma seu compromisso com a valorização do capital humano e o desenvolvimento sustentável.

6. Desafios de Marketing

O Banpará é uma das mais importantes marcas paraenses, com uma atuação consolidada e destacada na concessão de crédito no Estado. Sua forte presença como um dos principais agentes de políticas públicas do Governo Estadual reforça seu papel fundamental no desenvolvimento urbano, priorizando setores como habitação, infraestrutura e prestação de serviços. Essa atuação contribui significativamente para melhorar a qualidade de vida da população paraense, promovendo a inclusão bancária e garantindo atendimento digno até mesmo nos municípios mais distantes.

Além disso, o Banpará apoia uma variedade de atividades artístico-culturais, educacionais e desportivas, consolidando seu lugar de destaque no cotidiano dos paraenses. Desde o início de suas atividades em 1961, o Banpará tem se atuado para ser mais do que um banco comercial, buscando ser uma instituição relevante na vida de milhões de paraenses.

Neste contexto, o desafio do marketing do Banpará é transformar a atuação inovadora nos produtos, serviços e práticas voltadas para a Sustentabilidade e Responsabilidade Social em um diferencial mercadológico. O objetivo é despertar no público-alvo o desejo de se tornar cliente e de realizar negócios com a instituição.

Com a COP 30 programada para acontecer no Estado do Pará em 2025, esse desafio se torna ainda mais significativo. O Banpará terá a oportunidade de se posicionar como um líder em práticas sustentáveis, destacando seu compromisso com o meio ambiente e a responsabilidade social. Isso não só reforçará sua imagem institucional, mas também fortalecerá o relacionamento com a comunidade, promovendo um futuro mais sustentável e inclusivo para todos os paraenses.

7. Objetivos da Comunicação

7.1. Objetivo Geral

Posicionar o Banpará, no segmento financeiro, como um modelo de empresa com atuação concreta em responsabilidade social e ambiental, visando transformar estes pilares em um ativo de comunicação, gerando, no público-alvo, o desejo de se relacionar com a marca e consumir seus produtos e serviços.

7.2. Objetivos Específicos

- a) Fortalecer a Imagem Institucional: Reforçar a percepção do Banpará como uma instituição ética e comprometida com o desenvolvimento sustentável, aumentando a confiança e a lealdade dos clientes.
- b) Aumentar a Visibilidade de Produtos e Serviços: Destacar os produtos e serviços do Banpará que promovem a sustentabilidade, incentivando o público a utilizá-los.
- c) Divulgar Iniciativas Sustentáveis: Promover ações e projetos voltados para a sustentabilidade e responsabilidade social, aumentando a conscientização e o engajamento do público.
- d) Fomentar Parcerias: Estabelecer e fortalecer colaborações com organizações sociais e ambientais que compartilhem valores semelhantes, ampliando o alcance e o impacto das ações do Banpará.
- e) Mensuração de Resultados: Implementar mecanismos para avaliar o impacto das ações de comunicação e marketing, ajustando estratégias conforme necessário para maximizar eficácia e engajamento.

Esses objetivos visam consolidar a posição do Banpará como referência em responsabilidade socioambiental no setor financeiro, atraindo clientes que valorizam a ética e a sustentabilidade.

8. PÚBLICO-ALVO

- Público Estratégico
 - a) Clientes Pessoa Física;
 - b) Clientes Pessoa Jurídica;
 - c) Sociedade Paraense em geral.
- Públicos Secundários

Público Interno	Público Externo
• Funcionários Banpará, em todas as unidades	• Acionistas; • Conselho de Administração; • Conselho Fiscal; • Membros Externo dos Comitês Estatutários; • Governo; • Órgãos Reguladores; • Fornecedores; • Formadores de Opinião; • Organizações da Sociedade Civil

9. PRAÇAS

Estado do Pará.

10. PERÍODO

A campanha proposta pela licitante deverá ser planejada para um período de 04 (quatro) meses compreendidos dentro do ano de 2025. 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.

11. 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 verba de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

12. APLICABILIDADE DA MARCA

12.1. Marca Oficial

Para que uma marca se estabeleça e seja facilmente reconhecida e distinta das demais, é fundamental que tenha consistência e uniformidade em todos os seus momentos de aplicação. Isso envolve a criação de uma identidade visual coesa, que inclua logotipo, paleta de cores, tipografia e elementos gráficos, garantindo que todos os materiais de comunicação reflitam a mesma linguagem visual.



Além da estética, a mensagem da marca deve ser clara e consistente em todos os canais, desde as redes sociais até materiais impressos e campanhas publicitárias. Essa uniformidade ajuda a construir confiança e familiaridade com o público, tornando a marca mais memorável e fácil de identificar.

A marca Banpará é projetada para ser aplicada em diversas situações, existem duas versões oficiais: plena horizontal e vertical. Ambas são compostas por dois elementos principais: o Símbolo e o Logotipo. É crucial que nenhum desses elementos seja alterado, reposicionado ou separado, exceto nas formas permitidas no manual de marcas do Banpará.

a) Versão Plena Horizontal

Símbolo



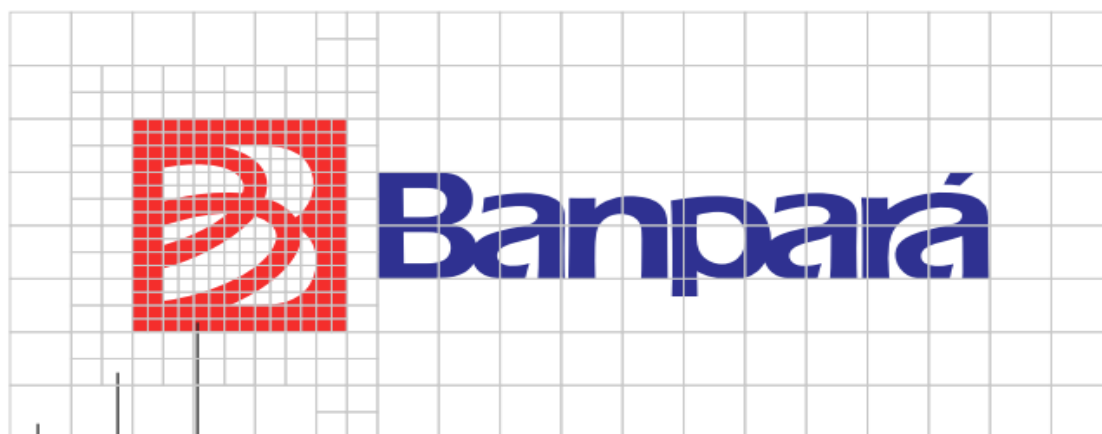
b) Versão Plena Vertical

Símbolo



12.2. Módulos de Constituição do Grid

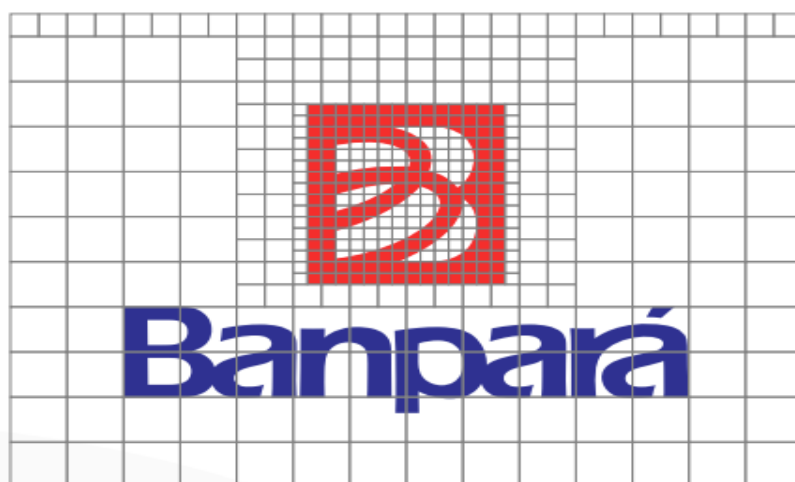
Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca "Banpará", desenvolvemos um grid que assegura a perfeita reprodução e aplicação da marca em qualquer tipo de suporte. No diagrama, o módulo principal X constitui a base do grid, juntamente com as suas subdivisões, 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.



1X 1Y 1Z



O módulo X equivale a 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 $\frac{1}{4}$ de X. O módulo Y se subdivide no módulo Z, que equivale a $\frac{1}{4}$ de Y. Estas medidas servem de referência para o posicionamento dos componentes da marca e não devem ser alteradas.



12.3. 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".



12.4. 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.



12.5. 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 se dá para orientar a correta aplicação dessas cores, tornando-as um meio rápido e eficaz de reconhecimento visual

	Vermelho Logo C 0 R 234 M 100 G 28 Y 100 B 36 K 0 #EA1C24 Pantone 485 C		
	Azul Texto C 100 R 47 M 100 G 54 Y 0 B 142 K 0 #2F368E Pantone 2370 C		
	Azul Fundo C 100 R 8 M 90 G 31 Y 10 B 96 K 50 #081F60 Pantone 2147 C		

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



13. CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Público Externo

- Mensagens em extrato;
- Mensagem de Áudio em Espera telefônica;
- Telas dos terminais de autoatendimento;
- Portal da internet (banpara.b.br);
- Aplicativo Banpará;
- Perfis oficiais nas redes sociais;
- Material de merchandising nas agências;
- Mensagem de Texto (SMS) para celulares e *smartphones*.

Público Interno

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

14. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

Dentre as principais ações de comunicação do Banpará nos últimos anos, com alguma relação ao desafio de comunicação proposto, de tacam-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 o 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 1ª 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 era chegar à municípios onde não há qualquer serviço bancário e oferecer atendimento e transações de qualidade.

- *"Banpará 60 anos"*

A campanha comemorativa aos 60 anos de atuação do Banco do Estado, em 2021, teve como objetivo reafirmar a imagem de empresa sólida, bem como a relevância dos serviços prestados ao estado do Pará e à população paraense por mais de meio século, marcada pela comunicação voltada em explanar a trajetória da empresa, bem como todas as relevantes contribuições do Banpará à sociedade paraense neste período.

- *"Banpará nos 144 municípios"*

Em 2024 o Banpará concluiu o seu plano de expansão passando a estar presente em todos os 144 municípios do Pará, oferecendo serviços bancários de qualidade e reforçando a missão de ser promotor do desenvolvimento social sustentável do Estado.

- *Campanhas de Produtos e Serviços*

Para o Banpará, a comunicação publicitária é fundamental no apoio as vendas e divulgação dos produtos e serviços do Banco, portanto, também foram demandadas campanhas publicitárias de produtos e serviços relevantes para a empresa e para sociedade, conforme abaixo:

2020 – Crédito Imobiliário, Recuperação de Crédito.

2021 - Banpará Bio, Crédito Rural, Campanha Combinada (Banparacard e Consignado).

2022 – Banpará Comunidade, Bioeconomia, Empodera, Círio Banpará.

2023 – Financiamento de Energia Solar, Recuperação de Crédito, Combate a Fraude.

2024 – Poupança Banpará, Letra de Crédito Imobiliário, Recuperação de Crédito.

15. INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

Segue abaixo informações relativas ao Investimento publicitário realizado nos últimos cinco anos.

Mídia	2020	2021	2022	2023	2024
Televisão	R\$ 2.009.017,31	R\$ 6.452.794,51	R\$ 5.438.648,71	R\$ 5.504.690,08	R\$ 7.705.624,78
Rádio	R\$ 1.193.348,95	R\$ 2.705.333,25	R\$ 1.577.370,94	R\$ 3.090.919,58	R\$ 4.019.290,10
Jornais e Revistas	R\$ 1.513.570,96	R\$ 3.162.446,32	R\$ 2.245.309,64	R\$ 2.726.063,19	R\$ 2.547.328,92
Internet	R\$ 265.999,96	R\$ 1.485.829,05	R\$ 959.874,52	R\$ 1.224.489,16	R\$ 1.735.734,80
Outros Meios de Comunicação (mídia exterior, mídia indoor, entre outras)	R\$ 473.415,40	R\$ 360.981,47	R\$ 335.696,26	R\$ 430.413,48	R\$ 185.332,53
Criação agencia	R\$ 271.832,60	R\$ 860.315,14	R\$ 886.879,09	R\$ 611.133,94	R\$ 1.352.376,00
Serviço de Produção	R\$ 538.740,53	R\$ 2.715.354,66	R\$ 2.655.150,58	R\$ 1.180.897,94	R\$ 1.945.653,64
TOTAIS	R\$ 6.265.925,71	R\$ 17.743.054,40	R\$ 14.098.929,74	R\$ 14.768.607,37	R\$ 17.755.605,97

ADENDO II - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA

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.: 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)....., tendo examinado as condições do edital e dos anexos que o integram, apresenta a proposta comercial relativa à licitação em epígrafe, assumindo inteira responsabilidade por quaisquer erros ou omissões que tiverem sido cometidos quando da preparação da mesma:

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 CONTRATANTE, 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:% (xxx por cento);

b. Honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, 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:% (xxxx por cento);

c. Honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:

.....% (..... por cento);

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
- II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III. à reimpressão de peças publicitária;

d. Honorários, a serem cobrados do CONTRATANTE, 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:% (xxxx por cento);

e. Reversão à CONTRATANTE de% (xxxx por cento) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus a CONTRATADA calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

- I. Além das demais remunerações previstas, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.
- II. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

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 alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de XX (XXXX) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem XXX do Edital.

2. Outras Declarações

2.1. Os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do CONTRATANTE;

2.1.1. Consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

2.2. Nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (hardware), programas (software); tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

2.3. Manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas e que estamos cientes de que a infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato que vier a ser firmado e nos sujeitará às penas da Lei nº 9.279/1996 e às indenizações das perdas e danos previstas na legislação ordinária;

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

2.5. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais com fornecedores de bens e de serviços especializados e veículos de divulgação, transferindo ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

2.6. 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 CONTRATANTE.

2.7. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital do processo licitatório em questão.

Local e data.

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

ADENDO III – MODELO DE PROCURAÇÃO
--

Outorgante:

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

Outorgado:

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante no processo licitatório nº 0x/202x – BANCO DO ESTADO DO PARÁ S/A

Poderes

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

Local e data.

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

Observação: 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.

Observação 2: a procuração, assim como a validação dos Relatos pelos clientes, poderá ser assinada via plataforma digital.

ADENDO IV – MODELO DE DECLARAÇÃO**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DAS CONDIÇÕES DE SUSTENTABILIDADE**

[Nome da Empresa], CNPJ nº _____ sediada [Endereço completo], declara sob as penas da lei, que:

I. Não permite a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que esses também se comprometam no mesmo sentido.

II. Não emprega menores de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de dezesseis anos para qualquer trabalho, com exceção a categoria de Menor Aprendiz.

III. Não permite a prática ou a manutenção de discriminação limitativa ao acesso na relação de emprego, ou negativa com relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar ou estado gravídico, bem como a implementar esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores.

IV. Respeita o direito de formar ou associar-se a sindicatos, bem como negociar coletivamente, assegurando que não haja represálias.

V. Protege e preserva o meio ambiente, bem como buscar prevenir e erradicar práticas que lhe sejam danosas, exercendo suas atividades em observância dos atos legais, normativos e administrativos relativos às áreas de meio ambiente, emanadas das esferas federal, estaduais e municipais e implementando ainda esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores.

VI. Desenvolve suas atividades em cumprimento à legislação ambiental, fiscal, trabalhista, previdenciária e social locais, bem como às Normas Regulamentadoras de saúde e segurança ocupacional e demais dispositivos legais relacionados proteções dos direitos humanos, abstendo-se de impor aos seus colaboradores condições ultrajantes, sub-humanas ou degradantes de trabalho. Para o disposto desse artigo define-se:

a) “Condições ultrajantes”: condições que expõe o indivíduo de forma ofensiva, insultante, imoral ou que fere ou afronta os princípios ou interesses normais, de bom senso, do indivíduo.

b) “Condições sub-humanas”: tudo que está abaixo da condição humana como condição de degradação, condição de degradação abaixo dos limites do que pode ser considerado humano, situação abaixo da linha da pobreza. c) “Condições degradantes de trabalho”: condições que expõe o indivíduo à humilhação, degradação, privação de graus, títulos, dignidades, desonra, negação de direitos

inerentes à cidadania ou que o condicione à situação de semelhante à escravidão.

VII. Atende à Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010), observando quanto ao descarte adequado e ecologicamente correto.

VIII. Apresenta conformidade com a legislação e regulamentos que disciplinam sobre a prevenção e combate à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo, bem como com a legislação anticorrupção vigente.

IX. Não sofreu sanções que implicam na restrição de participar de licitações ou de celebrar contratos com a Administração Pública, não constar registro da empresa e/ou sócios e representantes no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP) e Cadastro de Entidades Privadas sem Fins Lucrativos Impedidas (CEPIM) atendendo às diretrizes anticorrupção.

X. Adota práticas e métodos voltados para a preservação da confidencialidade e integridade, atentando à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) - Lei 13.709/2018.

O Banpará poderá recusar o recebimento de qualquer serviço, material ou equipamento, bem como rescindir imediatamente o contrato, sem qualquer custo, ônus ou penalidade, garantida a prévia defesa, caso se comprove que a contratada, subcontratados ou fornecedores utilizam-se de trabalho em desconformidade com as condições referidas nas cláusulas supracitadas.

Local e Data

Nome e Identidade do declarante

ADENDO V – MATRIZ DE RISCO

MATRIZ DE RISCO								
Identificação				Avaliação			Tratamento de Risco	
Objeto	Evento de Risco	Causas	Consequências	Probabilidade	Impacto	Nível de Risco	Resposta ao evento de risco	Responsável
Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.	Contratação de empresa não especializada ou com pouca expertise	Desatenção no ato da conferência dos documentos	Descumprimento Legal.	1	4	4	Revisão minuciosa da contratação / ou suspensão da contratação.	Contratante
	Entrega dos serviços fora do padrão solicitado	Omissão, distração ou negligência da empresa contratada	Prestação de serviço deficiente que impacta na consecução dos objetivos traçados no planejamento de comunicação	3	4	4	Solicitar da contratação a entrega correta e dentro dos padrões solicitados/ ou suspensão da contratação	Contratante
	Especificação deficiente do objeto ou das condições de execução e recebimento.	Desatenção na observância da legislação específica.	Prestação de serviço deficiente que impacte na consecução dos objetivos traçados no planejamento de comunicação.	1	3	3	Revisão minuciosa da contratação.	Contratante

Escala de Probabilidade		
Descritor	Descrição	Nível
Muito Baixo	Evento extraordinário, sem histórico de ocorrência.	1
Baixo	Evento casual e inesperado, muito embora raro, há histórico de sua ocorrência.	2
Médio	Evento esperado, de frequência reduzida, e com histórico de ocorrência parcialmente conhecido.	3
Alto	Evento usual, com histórico de ocorrência amplamente conhecido.	4
Muito Alto	Evento repetitivo e constante.	5

Escala de Impacto		
Descritor	Descrição	Nível
Muito Baixo	Impacto insignificante nos objetivos.	1
Baixo	Impacto mínimo nos objetivos.	2
Médio	Impacto mediano nos objetivos, com possibilidade de recuperação.	3
Alto	Impacto significativo nos objetivos, com possibilidade remota de recuperação.	4
Muito Alto	Impacto máximo nos objetivos, sem possibilidade de recuperação.	5

Nível de Risco	
1 a 2	Baixo
3 a 6	Médio
8 a 12	Elevado
15 a 25	Extremo

ADENDO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSE
--

Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses

A CONTRATADA, inscrita no CNPJ sob o nº __xx. __/xxxx-x, por intermédio de seu representante legal, Sr....., portador do CPF nº, em atendimento ao Edital de Licitação nº __/xxxx__ e do Contrato nº __/____, formalizado com a CONTRATANTE, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro que:

I – Não exerce ou não exercerá, direta ou indiretamente, atividade que implique na prestação de serviços ou relação de negócios com pessoa jurídica, durante a vigência do contrato, que tenha objetivos conflitantes com os interesses ou com as atividades finalísticas da CONTRATANTE; e

II – Não pratica ou não praticará ato que comprometa o interesse público, em benefício de pessoa física que tenha objetivos conflitante com as atividades finalísticas da CONTRATANTE, durante a execução contratual, seja na condição de cônjuge, companheiro ou parente, consanguíneo ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, dos sócios ou dirigentes da CONTRATADA.

[Local], __ de _____ de xxxx

<representante legal da contratada>

Anexo II

DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE AO ART. 38 DA LEI Nº 13.303/2016

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 [nº do edital]

Objeto: [descrição do objeto]

Prezados senhores,

A [nome da empresa, inscrita no CNPJ sob o nº [nº do CNPJ], sediada [endereço completo], com o telefone para contato nº [nº de telefone] e e-mail [e-mail da empresa], por intermédio do seu representante legal o(a) Sr.(a) [nome completo], [cargo] portador(a) da Carteira de Identidade nº [nº do documento] e do CPF nº _____, residente e domiciliado(a) no _____ (endereço completo) _____, DECLARA, para os devidos fins legais, que a empresa não incorre em nenhum dos impedimentos para participar de licitações e ser contratada, prescritos no art. 38 da Lei nº 13.303/2016, quais sejam:

(I) cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja diretor ou empregado da empresa pública ou sociedade de economia mista contratante;

(II) suspensão pela empresa pública ou sociedade de economia mista;

(III) declarada inidônea pela União, por Estado, pelo Distrito Federal ou pela unidade federativa a que está vinculada a empresa pública ou sociedade de economia mista, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

(IV) constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou declarada inidônea;

(V) cujo administrador seja sócio de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea;

(VI) 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;

(VII) cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;

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

Aplica-se a vedação também:

(I) à contratação do próprio empregado ou dirigente, como pessoa física, bem como à participação dele em procedimentos licitatórios, na condição de licitante;

(II) a quem tenha relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com:

a) dirigente de empresa pública ou sociedade de economia mista;

b) empregado de empresa pública ou sociedade de economia mista cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação;

c) autoridade do ente público a que a empresa pública ou sociedade de economia mista esteja vinculada.

(III) cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com a respectiva empresa pública ou sociedade de economia mista promotora da licitação ou contratante há menos de 06 (seis) meses.

Local e Data

Nome do representante da Empresa emitente
Cargo / Telefone

OBSERVAÇÃO: Emitir em papel timbrado da Empresa/Entidade ou identificá-la, logo baixo ou acima do texto, com nome, CNPJ, Endereço, Telefones, Fax e E-mail.

CONTRATO DE PUBLICIDADE
QUADRO RESUMO

CONTRATANTE**Razão Social:** BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A.**CNPJ/MF nº** 04.913.711/0001-08**Endereço:** Avenida Presidente Vargas, nº 251, Bairro Campina**CEP nº** 66.010-000**Cidade Estado:** Belém/PA**CONTRATADA****Razão Social:** [Empresa]**CNPJ/MF nº** [Título]**Endereço:** [Endereço da Empresa]**CEP nº** [Categoria]**Cidade/ Estado:** [Resumo]**DO OBJETO DO CONTRATO**

Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 ações publicitárias junto a públicos de interesse

FUNDAMENTO LEGAL DO CONTRATO E VIGÊNCIA

- **Fundamento Legal:** art. 28, *caput*, Lei 13.303/2016.
- **Vigência:** 12 (doze) meses

DO VALOR ESTIMADO DO CONTRATO

O valor estimado do contrato é de R\$ 27.999.866,00 (vinte e sete milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e sessenta e seis reais), para as duas empresas contratadas.

DAS COMUNICAÇÕES**Pela CONTRATANTE:****Nome:** xxxxx**Área Interna:** xxxxx**e-mail:** [Gerente]**Telefone:** (91) xxxxx**Pelo CONTRATADO:****Nome:** xxxxxxx**Área Interna:** xxxxxxxx**e-mail:** [Email da Empresa]**Telefone:** xxxxxxxx

CONTRATO DE PUBLICIDADE

Pelo presente Instrumento Particular ("Contrato"), firmado entre:

BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A., Instituição Financeira, com sede na Av. Presidente Vargas, n.º 251, Comércio, CEP 66010-000, Belém – PA, inscrito no CNPJ/MF sob n.º 04.913.711/0001-08, doravante designado de **CONTRATANTE**, neste ato representado por dois de seus representantes legais, conforme seu Estatuto Social, doravante denominado **BANPARÁ**; e

[Empresa], CNPJ nº [Título], com endereço na [Endereço da Empresa], CEP: [Categoria], Cidade: [Resumo], neste ato por seu representante legal, sr. **XXXXXX**, xxxx, xxxxx, RG nº xxxxx, CPF nº xxxxx, doravante denominada **CONTRATADA**,

Tendo em conta as disposições do **Processo nº 0224/2025**, conforme edital da **Licitação Presencial nº 001/2025**, assim como a autorização dada pela Autoridade Superior deste Banco, **RESOLVEM** celebrar o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**, com fundamento no art. 28, *caput*, da Lei nº 13.303/2016, e que irá reger-se pelas disposições da Lei nº 13.303/2016, da Lei Federal nº 12.232 de abril de 2010, do Regulamento de Licitações e Contratos deste Banco e demais legislações aplicáveis, sob os termos e condições estipuladas nas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA 1ª – DO OBJETO

- 1.1 O presente contrato tem por objeto a Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 ações publicitárias junto a públicos de interesse, conforme especificado nas cláusulas seguintes.
- 1.2 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.
- 1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2 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.
- 1.4. Os serviços previstos nos itens 1.1 e 1.2 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, de acordo com as vedações determinadas pela lei 12.232/2010.
- 1.5. 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.
- 1.6. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a

execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.3, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.7.A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos itens 1.1 e 1.2 da presente Cláusula.

1.8.A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

1.9. Para a execução dos serviços, a CONTRATANTE observará os procedimentos de Seleção Interna entre as agências contratadas, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

CLÁUSULA 2ª – DOS ADENDOS

2.1 Fazem parte integrante do presente contrato, como se nele estivessem transcritos, os seguintes adendos:

Adendo 1 – Termo de Referência, Especificações Técnicas e Detalhamentos;

Adendo 2 – Proposta, Cronograma e Detalhamentos dos Preços;

Adendo 3 – Termo de Política Anticorrupção

Adendo 4 – Termo de Responsabilidade com as Recomendações do Código de Ética e Conduta do BANPARÁ;

Adendo 5 – Termo de Designação de Fiscal de Contrato;

Adendo 6 – Matriz de Risco;

Adendo 7 – Briefing.

2.2 Este contrato e seus adendos são considerados como um único termo e suas regras deverão ser interpretados de forma harmônica. Em caso de divergência insuperável entre as regras deste contrato e os seus adendos, prevalecerão as regras deste contrato e, na sequência, na ordem dos adendos.

CLÁUSULA 3ª – DA VIGÊNCIA

3.1 O prazo de vigência desta contratação é de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, prorrogáveis na forma da Lei, até o limite de 60 (sessenta) meses.

3.1.1 A prorrogação é possível mediante aquiescência da parte CONTRATADA e realizada por meio de termo aditivo.

CLÁUSULA 4ª – DO VALOR DO CONTRATO E DA RUBRICA ORÇAMENTÁRIA

4.1 O valor estimado deste contrato é de **R\$ 27.999.866,00 (vinte e sete milhões, novecentos e noventa e nove mil, oitocentos e sessenta e seis reais)**, para as duas empresas contratadas., a ser pago conforme estipulado na Proposta Comercial e Proposta Técnica, que passam a ser parte integrante deste contrato

4.2 O valor contratado inclui todos os impostos e taxas vigentes na Legislação Brasileira para a execução do objeto desta contratação, e, também, todos os custos diretos e indiretos inerentes, tais como os a seguir indicados, porém sem se limitar aos mesmos: despesas com pessoal, despesas administrativas, administração, lucro e outras despesas necessárias à boa realização do objeto desta contratação, isentando o BANPARÁ de quaisquer ônus adicionais.

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

CLÁUSULA 5ª – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

5.1. As despesas decorrentes desta contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Banpará, para o exercício de **2025** na classificação abaixo:

Conta contábil: xxxxxxxxxx – xxxxxxxxx.

CLAUSULA 6ª – DA GARANTIA CONTRATUAL

6.1. Para garantia do fiel e perfeito cumprimento de todas as obrigações ora ajustadas, a CONTRATADA deve, dentro de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da assinatura do contrato, apresentar garantia ao BANPARÁ, no valor equivalente a 1% (um por cento) do valor total desta contratação, que deve cobrir o período de execução do contrato e estender-se até 3 (três) meses após o término da vigência contratual, devendo ser renovada a cada prorrogação contratual e complementada em casos de aditivos e apostilas para reajustes.

6.2. Considerando a seleção de 2 (duas) empresas contratadas, através do Edital de Licitação Presencial nº /2025, o percentual previsto no item 6.1 deve ser dividido entre as duas agências contratadas.

6.3. A CONTRATADA deve prestar garantia numa das seguintes modalidades:

- a. **Fiança Bancária**, acompanhado dos seguintes documentos a seguir listados, para análise e aceitação por parte do BANPARÁ:
 - i. Estatuto Social e ata de posse da diretoria da Instituição Financeira;
 - ii. Quando Procuradores, encaminhar as procurações devidamente autenticadas, com poderes específicos para representar a Instituição Financeira;
 - iii. Balanços Patrimoniais e Demonstração de Resultado dos últimos dois anos, acompanhado das notas explicativas e respectivos pareceres do Conselho de Administração e Auditores Independentes;
 - iv. Memória de cálculo do Índice de Adequação de Capital (Índice da Basileia) e Índice de Imobilização, comprovando que a instituição financeira está enquadrada no limite estabelecido pelo Banco Central, para comparação e validação com os dados disponíveis no “site” do Banco Central do Brasil (www.bcb.gov.br).
- b. **Caução em dinheiro**, valor **depositado** pela CONTRATADA, no Banco, Agência e Conta Corrente indicados, em nome do BANPARÁ. A cópia do recibo será entregue ao gestor do contrato.
- c. **Seguro Garantia** feito junto à **entidade** com situação regular no mercado de seguros do Brasil, para análise e aceitação por parte do BANPARÁ.

6.4. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deve assegurar o pagamento de:

- a. prejuízos advindos do não cumprimento ou do cumprimento irregular do objeto do presente contrato;
- b. prejuízos diretos causados ao BANPARÁ decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- c. multas moratórias e compensatórias aplicadas pelo BANPARÁ à CONTRATADA; e
- d. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA, quando couber.

6.5. A inobservância do prazo fixado nesta Cláusula para apresentação da garantia acarreta a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) sobre o valor total do contrato, por dia de atraso, limitada a 2% (dois por cento) sobre o valor total do contrato.

6.6. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para a apresentação da garantia autoriza o BANPARÁ a:

- a. promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas obrigações; ou
- b. reter o valor da garantia dos pagamentos eventualmente devidos à CONTRATADA até que a garantia seja apresentada.

6.7. A garantia deve ser considerada extinta:

- a. com a devolução da apólice, carta-fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do BANPARÁ, mediante termo circunstanciado, de que a CONTRATADA cumpriu todas as cláusulas do contrato; ou
- b. após 3 (três) meses do término da vigência do presente contrato.

CLÁUSULA 7ª – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula:

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

7.1.2. Honorários incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

- I) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato: % (..... por cento);
- II) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);
- III) à reimpressão de peças publicitárias:% (..... por cento).

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

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

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

7.3.Os honorários de que tratam os subitens 7.1.1, 7.1.2, alínea I e 7.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

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

7.5. A CONTRATADA não fará jus:

- a) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

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

7.6.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

CLÁUSULA 8ª - DO DESCONTO DE AGÊNCIA

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

8.2. O desconto de que trata o item 8.1. é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

8.3. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE XX% do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

CLÁUSULA 9ª – DOS DIREITOS AUTORAIS

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

9.2. O valor da cessão dos direitos patrimoniais, mencionados no subitem 9.1, é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Sétima e Oitava deste contrato.

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

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

9.5. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas no subitem 15.2.1.1 do Termo de Referência.

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

9.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

9.7. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 15.2.1.1 e 15.2.2 Termo de Referência, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

9.9. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 11.1.7 do Termo de Referência.

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

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

CLÁUSULA 10ª – DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

10.1. O contrato deve ser cumprido fielmente pelas partes de acordo com as Cláusulas e condições avençadas, as normas ditadas pela Lei n. 13.303/2016 e pelo Regulamento de Licitações e Contratos do BANPARÁ, bem como, de acordo com todas as obrigações, condições e exigências estabelecidas no Termo de Referência e anexos, respondendo

cada uma das partes pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

- 10.1.1. A CONTRATADA deverá executar o objeto especificado nos detalhes deste instrumento de contrato, cumprindo todas as obrigações e responsabilidades a si indicadas no Termo de Referência.
 - 10.1.2. O BANPARÁ deverá acompanhar e assegurar as condições necessárias para a execução do contrato, cumprindo rigorosamente todas as obrigações e responsabilidades a si indicadas no Termo de Referência.
- 10.2. A CONTRATADA é responsável pelos danos causados diretamente ao BANPARÁ ou a terceiros em razão da execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo BANPARÁ.
- 10.3. A gestão do presente contrato deve ser realizada pela área técnica do BANPARÁ. A gestão do contrato abrange o encaminhamento de providências, devidamente instruídas e motivadas, identificadas em razão da fiscalização da execução do contrato, suas alterações, aplicação de sanções, rescisão contratual e outras medidas que importem disposição sobre o contrato.
- 10.4. A fiscalização da execução do presente contrato será realizada por agentes de fiscalização, que devem ser designados pelo gestor do contrato, permitindo-se designar mais de um empregado e atribuir-lhes funções distintas, como a fiscalização administrativa e técnica, consistindo na verificação do cumprimento das obrigações contratuais por parte da CONTRATADA, com a alocação dos recursos, pessoal qualificado, técnicas e materiais necessários.
- 10.5. O gestor do contrato pode suspender a sua execução em casos excepcionais e motivados tecnicamente pelo fiscal técnico do contrato, devendo comunicá-la ao preposto da CONTRATADA, indicando:
 - a. o prazo da suspensão, que pode ser prorrogado, se as razões que a motivaram não estão sujeitas ao controle ou à vontade do gestor do contrato;
 - b. se deve ou não haver desmobilização, total ou parcial, e quais as atividades devem ser mantidas pela CONTRATADA;
 - c. o montante que deve ser pago à CONTRATADA a título de indenização em relação a eventuais danos já identificados e o procedimento e metodologia para apurar valor de indenização de novos danos que podem ser gerados à CONTRATADA.
- 10.6. O CONTRATANTE poderá, a qualquer momento, solicitar a apresentação, pela CONTRATADA, os documentos pertinentes à sua regularidade jurídico-fiscal, para fins de comprovar a manutenção das condições de habilitação durante a execução do Contrato.
 - 10.6.1. Verificada eventual situação de descumprimento das condições de habilitação, o CONTRATANTE pode conceder prazo para que a CONTRATADA regularize suas obrigações ou sua condição de habilitação, conforme disposto no Art. 95, itens 5 e 6 do Regulamento, quando não identificar má fé ou incapacidade da CONTRATADA corrigir tal situação.
 - 10.6.2. O descumprimento das obrigações trabalhistas ou a não manutenção das condições de habilitação, podem ensejar rescisão contratual sem prejuízo das demais sanções.
- 10.7. Constatada qualquer irregularidade na execução contratual, o gestor do contrato deve, se possível, sanear a situação, evitando-se a suspensão da execução do contrato ou outra medida como decretação de nulidade ou rescisão contratual.
 - 10.7.1. Na hipótese prevista neste subitem, a CONTRATADA deve submeter ao BANPARÁ, por escrito, todas as medidas que lhe parecerem oportunas, com vistas a reduzir ou eliminar as dificuldades encontradas, bem como os custos envolvidos. O BANPARÁ compromete-se a manifestar-se, por escrito, no prazo máximo de 10 (dez) dias consecutivos, quanto à sua aprovação, recusa ou às disposições por ela aceitas, com seus

custos correlatos.

- 10.8. As partes CONTRATANTES não são responsáveis pela inexecução, execução tardia ou parcial de suas obrigações, quando a falta resultar, comprovadamente, de fato necessário decorrente de caso fortuito ou força maior, cujo efeito não era possível evitar ou impedir. Essa exoneração de responsabilidade deve produzir efeitos nos termos do parágrafo único do artigo 393 do Código Civil Brasileiro.
- 10.9. No caso de uma das partes se achar impossibilitada de cumprir alguma de suas obrigações, por motivo de caso fortuito ou força maior, deve informar expressa e formalmente esse fato à outra parte, no máximo até 10 (dez) dias consecutivos contados da data em que ela tenha tomado conhecimento do evento.
- 10.9.1. A comunicação de que trata este subitem deve conter a caracterização do evento e as justificativas do impedimento que alegar, fornecendo à outra parte, com a maior brevidade, todos os elementos comprobatórios e de informação, atestados periciais e certificados, bem como comunicando todos os elementos novos sobre a evolução dos fatos ou eventos verificados e invocados, particularmente sobre as medidas tomadas ou preconizadas para reduzir as consequências desses fatos ou eventos, e sobre as possibilidades de retomar, no todo ou em parte, o cumprimento de suas obrigações contratuais.
- 10.9.2. O prazo para execução das obrigações das partes, nos termos desta Cláusula, deve ser acrescido de tantos dias quanto durarem as consequências impeditivas da execução das respectivas obrigações da parte afetada pelo evento.
- 10.10. A não utilização pelas partes de quaisquer dos direitos assegurados neste contrato, ou na Lei em geral, ou no Regulamento, ou a não aplicação de quaisquer sanções, não invalida o restante do contrato, não devendo, portanto, ser interpretada como renúncia ou desistência de aplicação ou de ações futuras.
- 10.11. Qualquer comunicação pertinente ao contrato, a ser realizada entre as partes contratantes, inclusive para manifestar-se, oferecer defesa ou receber ciência de decisão sancionatória ou sobre rescisão contratual, deve ocorrer por escrito, preferencialmente nos seguintes e-mails:
- E-mail BANPARÁ – [Gerente]
E-mail CONTRATADA - [Email da Empresa]
- 10.12. As partes são obrigadas a verificar os e-mails referidos neste subitem a cada 24 (vinte e quatro) horas e, se houver alteração de e-mail ou qualquer defeito técnico, devem comunicar à outra parte no prazo de 24 (vinte e quatro) horas.
- 10.13. Os prazos indicados nas comunicações iniciam em 2 (dois) dias úteis a contar da data de envio do e-mail.
- 10.14. As partes estão obrigadas a comunicarem uma a outra, com 5 (cinco) dias de antecedência, qualquer alteração nos respectivos e-mails. No caso de falha ou problema técnico, as partes devem comunicar, uma a outra, em até 5 (cinco) dias.

11. CLÁUSULA 11ª – DO RECEBIMENTO

- 11.1. O BANPARÁ, por meio do agente de fiscalização técnica, deve receber o objeto do presente contrato na forma prevista no Termo de Referência.
- 11.2. Acaso verifique o descumprimento de obrigações por parte da CONTRATADA, o agente de fiscalização técnica ou administrativo deve comunicar ao preposto desta, indicando, expressamente, o que deve ser corrigido e o prazo máximo para a correção. O tempo para a correção deve ser computado no prazo de execução de etapa, parcela ou do contrato, para efeito de configuração da mora e suas cominações.

- 11.3. Realizada a correção pela CONTRATADA, abrem-se novamente os prazos para os recebimentos estabelecidos nesta Cláusula.

12. CLÁUSULA 12ª – DAS CONDIÇÕES DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

- 12.1. O pagamento é condicionado ao recebimento parcial ou definitivo, conforme Cláusula acima, e deve ser efetuado mediante a apresentação de Nota Fiscal/Fatura pela CONTRATADA à unidade de gestão de contrato do BANPARÁ, que deve conter o detalhamento do objeto executado, o número deste contrato, a agência bancária e conta corrente, aberta ou mantida no Banpará S/A, conforme dispõe o Decreto do Estado do Pará nº 877/2008, na qual deve ser depositado o respectivo pagamento.
- 12.2. O prazo para pagamento é de, no máximo, 30 (trinta) dias úteis, a contar do recebimento, condicionado à apresentação à unidade de gestão de contrato do BANPARÁ da Nota Fiscal/Fatura.
- 12.3. As faturas que apresentarem erros ou cuja documentação suporte esteja em desacordo com o contratualmente exigido devem ser devolvidas à CONTRATADA pela unidade de gestão de contrato do BANPARÁ para a correção ou substituição. O BANPARÁ, por meio da unidade de gestão de contrato, deve efetuar a devida comunicação à CONTRATADA dentro do prazo fixado para o pagamento. Depois de apresentada a Nota Fiscal/Fatura, com as devidas correções, o prazo previsto no subitem acima deve começar a correr novamente do seu início, sem que nenhuma atualização ou encargo possa ser imputada ao BANPARÁ.
- 12.4. A devolução da Nota/Fatura não servirá de pretexto ao descumprimento de quaisquer cláusulas contratuais.
- 12.5. Havendo controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, à qualidade e à quantidade, o montante correspondente à parcela incontroversa deverá ser pago no prazo previsto no subitem acima e o relativo à parcela controvertida deve ser retido.
- 12.6. É vedado o pagamento antecipado.
- 12.7. É permitido ao BANPARÁ descontar dos créditos da CONTRATADA qualquer valor relativo à multa, ressarcimentos e indenizações, sempre observado o contraditório e a ampla defesa.
- 12.8. Todo e qualquer prejuízo ou responsabilidade, inclusive perante o Judiciário e órgãos administrativos, atribuídos ao CONTRATANTE, oriundos de problemas na execução do contrato por ato da CONTRATADA, serão repassados a esta e deduzidos do pagamento realizado pelo Banco, independente de comunicação ou interpelação judicial ou extrajudicial.
- 12.9. Quando da ocorrência de eventuais atrasos de pagamento provocados exclusivamente pelo BANPARÁ, incidirá sobre os valores em atraso juros de mora no percentual de 1% (um por cento) ao mês, *pro rata die*, calculados de forma simples sobre o valor em atraso e devidos a partir do dia seguinte ao do vencimento até a data da efetiva liquidação do débito.

13. CLÁUSULA 13ª – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

- 13.1. São obrigações do Contratado, sem prejuízo de outras específicas previstas neste Contrato, bem como na Legislação pertinente:
- Realizar os serviços conforme especificações do Termo de Referência e de sua proposta comercial;
 - Arcar com todos os Tributos de sua responsabilidade que incidam ou venham a incidir sobre o objeto deste Contrato, conforme o disposto na Legislação aplicável, responsabilizando-se pelas infrações decorrentes da não observância do disposto neste item;

- c. Manter atualizados seus dados cadastrais junto à Contratante, informando-a sobre qualquer (i) alteração em seu controle societário, e (ii) alteração substancial em seu objeto social;
- d. Cumprir os prazos estabelecidos na sua proposta comercial e neste Contrato, sujeitando-se às sanções neles estabelecidas;

13.2. São obrigações da Contratante, sem prejuízo de outras específicas previstas neste Contrato, bem como na Legislação pertinente:

- a. Efetuar todos os pagamentos na forma e condições pactuadas no presente Contrato;
- b. Fornecer todas as informações e documentação necessária ao bom desempenho para a execução dos Serviços prestados pelos Contratados;
- c. Comunicar os Contratados toda e qualquer ocorrência ou irregularidade relacionada com a prestação dos serviços, para que os Contratados possam adotar as medidas necessárias; e
- d. Acompanhar e fiscalizar a prestação dos serviços, por meio de um funcionário indicado e designado como seu representante.

14. CLÁUSULA 14ª – DA SUBCONTRATAÇÃO

14.1. A CONTRATADA não pode subcontratar o objeto deste contrato, salvo nas formas e condições pré-estabelecidas no item 08 do Termo de Referência.

15. CLÁUSULA 15ª – DAS ALTERAÇÕES INCIDENTES SOBRE O OBJETO DO CONTRATO

15.1. A alteração incidente sobre o objeto do contrato deve ser consensual e pode ser quantitativa, quando importa acréscimo ou diminuição do objeto do contrato, ou qualitativa, quando a alteração diz respeito a características e especificações técnicas do objeto do contrato.

15.1.1. A alteração quantitativa sujeita-se aos limites previstos nos § 1º e 2º do artigo 81 da Lei n. 13.303/2016, devendo observar o seguinte:

- a. a aplicação dos limites deve ser realizada separadamente para os acréscimos e para as supressões, sem que haja compensação entre os mesmos;
- b. deve ser mantida a diferença, em percentual, entre o valor global do contrato e o valor orçado pelo BANPARÁ, salvo se o fiscal técnico do contrato apontar justificativa técnica ou econômica, que deve ser ratificada pelo gestor do contrato;

15.2. A alteração qualitativa não se sujeita aos limites previstos nos § 1º e 2º do artigo 81 da Lei n. 13.303/2016, devendo observar o seguinte:

- a) os encargos decorrentes da continuidade do contrato devem ser inferiores aos da rescisão contratual e aos da realização de um novo procedimento licitatório;
- b) as consequências da rescisão contratual, seguida de nova contratação, devem importar prejuízo relevante ao interesse coletivo a ser atendido pela obra ou pelo serviço;
- c) as mudanças devem ser necessárias ao alcance do objetivo original do contrato, à otimização do cronograma de execução e à antecipação dos benefícios sociais e econômicos decorrentes;
- d) a capacidade técnica e econômico-financeira da CONTRATADA deve ser compatível com a qualidade e a dimensão do objeto contratual aditado;
- e) a motivação da mudança contratual deve ter decorrido de fatores supervenientes não previstos e que não configurem burla ao processo licitatório;
- f) a alteração não deve ocasionar a transfiguração do objeto originalmente contratado em outro de natureza ou propósito diverso.

15.3. As alterações incidentes sobre o objeto devem ser:

- a) instruídas com memória de cálculo e justificativas de competência do fiscal técnico e do fiscal administrativo do BANPARÁ, que devem avaliar os seus pressupostos e condições e, quando for o caso, calcular os limites;
- b) as justificativas devem ser ratificadas pelo gestor do contrato do BANPARÁ; e
- c) submetidas à área jurídica e, quando for o caso, à área financeira do BANPARÁ.

15.4. As alterações contratuais incidentes sobre o objeto e as decorrentes de revisão contratual devem ser formalizadas por termo aditivo firmado pela mesma autoridade que firmou o contrato, devendo o extrato do termo aditivo ser publicado no sítio eletrônico do BANPARÁ.

15.5. Não caracterizam alteração do contrato e podem ser registrados por simples apostila, dispensando a celebração de termo aditivo:

- a) a variação do valor contratual para fazer face ao reajuste de preços;
- b) as atualizações, as compensações ou as penalizações financeiras decorrentes das condições de pagamento previstas no contrato;
- c) a correção de erro material havido no instrumento de contrato;
- d) as alterações na razão ou na denominação social da CONTRATADA;

16. CLÁUSULA 16ª – DO EQUILÍBRIO ECONÔMICO FINANCEIRO DO CONTRATO

16.1. O equilíbrio econômico-financeiro do contrato deve ocorrer por meio de revisão: instrumento para manter o equilíbrio econômico-financeiro do contrato diante de variação de preços e custos decorrentes de fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém com consequências incalculáveis, e desde que se configure álea econômica extraordinária e extracontratual, sem a necessidade de periodicidade mínima.

16.2. Conforme previsto no item 10 do Termo de Referência, o valor global do contrato, considerando as particularidades da prestação de serviços de publicidade, cujos serviços de agência são tabelados pelo Sindicato dos Profissionais de Propaganda do Estado do Pará - Sinapro/PA, e os demais serviços possuem tabelamento próprio de cada veículo/prestador, não sofrerá reajuste.

16.3. A revisão deve ser precedida de solicitação da CONTRATADA, acompanhada de comprovação:

- a) dos fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém com consequências incalculáveis;
- b) da alteração de preços ou custos, por meio de notas fiscais, faturas, tabela de preços, orçamentos, notícias divulgadas pela imprensa e por publicações especializadas e outros documentos pertinentes, preferencialmente com referência à época da elaboração da proposta e do pedido de revisão; e
- c) de demonstração analítica, por meio de planilha de custos e formação de preços, sobre os impactos da alteração de preços ou custos no total do contrato.

16.3.1. Caso, a qualquer tempo, a CONTRATADA seja favorecida com benefícios fiscais isenções e/ou reduções de natureza tributárias em virtude do cumprimento do contrato, as vantagens auferidas serão transferidas ao BANPARÁ, reduzindo-se o preço.

16.3.2. Caso, por motivos não imputáveis à CONTRATADA, sejam majorados os gravames e demais tributos ou se novos tributos forem exigidos da CONTRATADA, cuja vigência ocorra após a data da apresentação da Proposta, o BANPARÁ absorverá os ônus adicionais, reembolsando a CONTRATADA dos valores efetivamente pagos e comprovados, desde que não sejam de responsabilidade legal direta e exclusiva da CONTRATADA.

16.4. Os pedidos de revisão serão decididos em decisão fundamentada no prazo máximo de 60

(sessenta) dias contados da formalização do requerimento.

16.4.1. O BANPARÁ poderá realizar diligências junto à CONTRATADA para que esta complemente ou esclareça alguma informação indispensável à apreciação dos pedidos. Nesta hipótese, o prazo estabelecido neste subitem ficará suspenso enquanto pendente a resposta pela CONTRATADA.

16.4.2. A revisão que não for solicitada durante a vigência do contrato considera-se preclusa com a prorrogação contratual ou com o encerramento do contrato.

17. CLÁUSULA 17ª – DA RESCISÃO

17.1. O inadimplemento contratual de ambas as partes autoriza a rescisão, que deve ser formalizada por distrato e antecedida de comunicação à outra parte contratante sobre a intenção de rescisão, apontando-se as razões que lhe são determinantes, dando-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para eventual manifestação.

17.2. A parte que pretende a rescisão deve avaliar e responder motivadamente a manifestação referida no subitem precedente no prazo de 5 (cinco) dias úteis, comunicando a outra parte, na forma prevista neste contrato, considerando-se o contrato rescindido com a referida comunicação.

17.3. Aplica-se a teoria do adimplemento substancial, devendo as partes contratantes ponderar, no que couber, antes de decisão pela rescisão:

- a) impactos econômicos e financeiros decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do empreendimento;
- b) riscos sociais, ambientais e à segurança da população local decorrentes do atraso na fruição dos benefícios do empreendimento;
- c) motivação social e ambiental do empreendimento;
- d) custo da deterioração ou da perda das parcelas executadas;
- e) despesa necessária à preservação das instalações e dos serviços já executados;
- f) despesa inerente à desmobilização e ao posterior retorno às atividades;
- g) possibilidade de saneamento dos descumprimentos contratuais;
- h) custo total e estágio de execução física e financeira do contrato;
- i) empregos diretos e indiretos perdidos em razão da paralisação do contrato;
- j) custo para realização de celebração de novo contrato;
- k) custo de oportunidade do capital durante o período de paralisação.

17.4. O descumprimento das obrigações trabalhistas ou a não manutenção das condições de habilitação pela CONTRATADA pode dar ensejo à rescisão contratual, sem prejuízo das demais sanções.

17.5. Na hipótese deste subitem, o BANPARÁ pode conceder prazo para que a CONTRATADA regularize suas obrigações trabalhistas ou suas condições de habilitação, sob pena de rescisão contratual, quando não identificar má-fé ou a incapacidade da CONTRATADA de corrigir a situação.

18. CLÁUSULA 18ª – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. Pela inexecução total ou parcial do contrato, o BANPARÁ poderá, garantida a prévia defesa, de acordo com o processo administrativo preceituado no artigo 99 do Regulamento, aplicar ao contratado as sanções de advertência ou suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o BANPARÁ por prazo não superior a 2 (dois) anos, que podem ser cumuladas com multa.

18.2. As sanções administrativas devem ser aplicadas diante dos seguintes comportamentos da CONTRATADA:

- a) dar causa à inexecução parcial ou total do contrato;
- b) não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;
- c) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto sem motivo justificado;
- d) prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- e) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- f) comportar-se com má-fé ou cometer fraude fiscal.

18.3. A sanção de suspensão, referida no inciso III do artigo 83 da Lei n. 13.303/2016, deve observar os seguintes parâmetros:

- a) se não se caracterizar má-fé, a pena base deve ser de 6 (seis) meses;
- b) caracterizada a má-fé ou intenção desonesta, a pena base deve ser de 1 (um) ano e a pena mínima deve ser de 6 (seis) meses, mesmo aplicando as atenuantes previstas.

18.4. As penas bases definidas neste subitem devem ser qualificadas nos seguintes casos:

- a) em 1/2 (um meio), se a CONTRATADA for reincidente;
- b) em 1/2 (um meio), se a falta da CONTRATADA tiver produzido prejuízos relevantes para o BANPARÁ.

18.5. As penas bases definidas neste subitem devem ser atenuadas nos seguintes casos:

- a) em 1/4 (um quarto), se a CONTRATADA não for reincidente;
- b) em 1/4 (um quarto), se a falta da CONTRATADA não tiver produzido prejuízos relevantes para o BANPARÁ;
- c) em 1/4 (um quarto), se a CONTRATADA tiver reconhecido a falta e se dispuser a tomar medidas para corrigi-la; e
- d) em 1/4 (um quarto), se a CONTRATADA comprovar a existência e a eficácia de procedimentos internos de integridade, de acordo com os requisitos do artigo 42 do Decreto n. 8.420/2015.

18.5.1. Na hipótese deste subitem, se não caracterizada má-fé ou intenção desonesta e se a CONTRATADA contemplar os requisitos para as atenuantes previstos nas alíneas acima, a pena de suspensão deve ser substituída pela de advertência, prevista no inciso I do artigo 83 da Lei n. 13.303/2016.

18.6. A CONTRATADA, para além de hipóteses previstas no presente contrato, estará sujeita à multa:

- a) de mora, por atrasos não justificados no prazo de execução de 0,2% (dois décimos por cento) do valor da parcela do objeto contratual em atraso, por dia de atraso, limitada a 5% (cinco por cento) do valor do contrato.
- b) compensatória, pelo descumprimento total do contrato, no montante de até 5% (cinco por cento) do valor do contrato.
 - a. houver inadimplemento parcial do contrato, o percentual de até 5% deve ser apurado em razão da obrigação inadimplida.

18.6.1. Se a multa moratória alcançar o seu limite e a mora não se cessar, o contrato pode ser rescindido, salvo decisão em contrário, devidamente motivada, do gestor do contrato.

18.6.2. Acaso a multa não cubra os prejuízos causados pela CONTRATADA, o BANPARÁ pode exigir indenização suplementar, valendo a multa como mínimo de indenização, na forma do preceituado no parágrafo único do artigo 416 do Código Civil Brasileiro.

18.6.3. A multa aplicada pode ser descontada da garantia, dos pagamentos devidos à CONTRATADA em razão do contrato em que houve a aplicação da multa ou de eventual outro contrato havido entre o BANPARÁ e a CONTRATADA, aplicando-se a compensação prevista nos artigos 368 e seguintes do Código Civil Brasileiro.

19 CLÁUSULA 19ª – DA RESPONSABILIZAÇÃO ADMINISTRATIVA POR ATOS LESIVOS AO BANPARÁ

19.1. Com fundamento no artigo 5º da Lei n. 12.846/2013, constituem atos lesivos ao BANPARÁ as seguintes práticas:

- a) fraudar o presente contrato;
- b) criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para celebrar o contrato;
- c) obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações deste contrato, sem autorização em lei, neste instrumento contratual;
- d) manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro deste contrato;
- e) realizar quaisquer ações ou omissões que constituam prática ilegal ou de corrupção, nos termos da Lei n. 12.846/2013, Decreto n. 8.420/2015, Lei n. 14.133/2021, ou de quaisquer outras leis ou regulamentos aplicáveis, ainda que não relacionadas no presente contrato.

19.2. A prática, pela CONTRATADA, de atos lesivos ao BANPARÁ, a sujeitará, garantida a ampla defesa e o contraditório, às seguintes sanções administrativas:

- a. multa, no valor de 0,1% (um décimo por cento) a 20% (vinte por cento) do faturamento bruto do último exercício anterior ao da instauração do processo administrativo, excluídos os tributos, a qual nunca será inferior à vantagem auferida, quando for possível sua estimação;
- b. publicação extraordinária da decisão condenatória.

19.2.1. Na hipótese da aplicação da multa prevista na alínea “a” deste subitem, caso não seja possível utilizar o critério do valor do faturamento bruto da pessoa jurídica, a multa será de R\$ 6.000,00 (seis mil reais) a R\$ 60.000.000,00 (sessenta milhões de reais).

19.2.2. As sanções descritas neste subitem serão aplicadas fundamentadamente, isolada ou cumulativamente, de acordo com as peculiaridades do caso concreto e com a gravidade e natureza das infrações.

19.2.3. A publicação extraordinária será feita às expensas da empresa sancionada e será veiculada na forma de extrato de sentença nos seguintes meios:

- a. em jornal de grande circulação na área da prática da infração e de atuação do Contratado ou, na sua falta, em publicação de circulação nacional;
- b. em edital afixado no estabelecimento ou no local de exercício da atividade do Contratado, em localidade que permita a visibilidade pelo público, pelo prazo mínimo de 30 (trinta) dias; e
- c. no sítio eletrônico do Contratado, pelo prazo de 30 (trinta) dias e em destaque na página principal do referido sítio.

19.2.4. A aplicação das sanções previstas neste subitem não exclui, em qualquer hipótese, a obrigação da reparação integral do dano causado.

19.3. A prática de atos lesivos ao BANPARÁ será apurada e apenada em Processo Administrativo de Responsabilização (PAR), instaurado pelo Diretor Presidente do BANPARÁ e conduzido por comissão composta por 2 (dois) servidores designados.

19.3.1. Na apuração do ato lesivo e na dosimetria da sanção eventualmente aplicada, o BANPARÁ deve levar em consideração os critérios estabelecidos no artigo 7º e seus incisos da Lei n. 12.846/2013.

19.3.2. Caso os atos lesivos apurados envolvam infrações administrativas à Lei n. 14.133/2021, ou a outras normas de licitações e contratos da administração pública, e tenha ocorrido a apuração conjunta, o licitante também estará sujeito a sanções administrativas que tenham como efeito restrição ao direito de participar em licitações ou de celebrar contratos com a administração pública, a serem aplicadas no PAR.

- 19.3.3. A decisão administrativa proferida pela autoridade julgadora ao final do PAR será publicada no Diário Oficial do Estado do Pará.
- 19.3.4. O processamento do PAR não interferirá na instauração e seguimento de processo administrativo específicos para apuração da ocorrência de danos e prejuízos ao BANPARÁ resultantes de ato lesivo cometido pelo licitante, com ou sem a participação de agente público.
- 19.3.5. O PAR e a sanção administrativa obedecerão às regras e parâmetros dispostos em legislação específica, notadamente, na Lei n. 12.846/2013 e no Decreto n. 11.129/2022, inclusive suas eventuais alterações, sem prejuízo ainda da aplicação do ato de que trata o inciso I, do artigo 67 do Decreto n. 11.129/2022.
- 19.4. A responsabilidade da pessoa jurídica na esfera administrativa não afasta ou prejudica a possibilidade de sua responsabilização na esfera judicial.
- 19.5. As disposições deste subitem se aplicam quando o licitante se enquadrar na definição legal do parágrafo único do artigo 1º da Lei n. 12.846/2013.
- 19.6. Não obstante o disposto nesta Cláusula, a CONTRATADA está sujeita a quaisquer outras responsabilizações de natureza cível, administrativa e, ou criminal, previstas neste contrato e, ou na legislação aplicável, no caso de quaisquer violações.

20 CLÁUSULA 20ª – DA PUBLICIDADE E CONFIDENCIALIDADE

- 20.1. Quaisquer informações relativas ao presente contrato, somente podem ser dadas ao conhecimento de terceiros, inclusive através dos meios de publicidade disponíveis, após autorização, por escrito, do BANPARÁ. Para os efeitos desta Cláusula, deve ser formulada a solicitação, por escrito, ao BANPARÁ, informando todos os pormenores da intenção da CONTRATADA, reservando-se, ao BANPARÁ, o direito de aceitar ou não o pedido, no todo ou em parte.

21 CLÁUSULA 21ª – DA POLÍTICA DE RELACIONAMENTO E ANTICORRUPÇÃO

- 21.1. As PARTES se obrigam, sob as penas previstas no CONTRATO e na legislação aplicável, a analisar e cumprir rigorosamente todas as leis cabíveis, abrangendo, mas não se limitando à legislação brasileira anticorrupção e a legislação brasileira de prevenção à lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo.
- 21.2. As PARTES afirmam e garantem que não estão envolvidas ou irão se envolver, direta ou indiretamente, por meio de seus representantes, administradores, diretores, conselheiros, sócios ou acionistas, assessores, consultores, partes relacionadas, durante o cumprimento das obrigações previstas no Contrato, em qualquer atividade ou prática que constitua uma infração aos termos das leis anticorrupção e de prevenção a lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo.
- 21.3. As PARTES afirmam e garantem que não se encontram, assim como seus representantes, administradores, diretores, conselheiros, sócios ou acionistas, assessores, consultores, direta ou indiretamente (i) sob investigação em virtude de denúncias de suborno e/ou corrupção; (ii) no curso de um processo judicial e/ou administrativo ou foi condenada ou indiciada sob a acusação de corrupção ou suborno; (iii) suspeita de práticas de terrorismo e/ou lavagem de dinheiro por qualquer entidade governamental; e (iv) sujeita às restrições ou sanções econômicas e de negócios por qualquer entidade governamental.
- 21.4. A CONTRATADA afirma que, direta ou indiretamente, não ofereceu, prometeu, pagou ou autorizou o pagamento em dinheiro, deu ou concordou em dar presentes ou qualquer objeto de valor e, durante a vigência do Contrato, não irá ofertar, prometer, pagar ou autorizar o pagamento em dinheiro, dar ou concordar em dar presentes ou qualquer objeto de valor a qualquer pessoa ou entidade, pública ou privada, com o objetivo de beneficiar ilicitamente a CONTRATANTE e/ou

seus negócios.

- 21.5. A CONTRATADA afirma que, direta ou indiretamente, não irá receber, transferir, manter, usar ou esconder recursos que decorram de qualquer atividade ilícita, bem como não irá contratar como empregado ou de alguma forma manter relacionamento profissional com pessoas físicas ou jurídicas envolvidas em atividades criminosas, em especial pessoas investigadas pelos delitos previstos nas leis anticorrupção, de lavagem de dinheiro, tráfico de drogas e terrorismo.
- 21.6. A CONTRATADA se obriga a notificar prontamente, por escrito, à CONTRATANTE a respeito de qualquer suspeita ou violação do disposto nas leis anticorrupção e ainda de participação em práticas de suborno ou corrupção, assim como o descumprimento de qualquer declaração prevista nestas Cláusulas.
- 21.7. A CONTRATADA afirma e garante que (i) os atuais representantes da CONTRATADA não são funcionários públicos ou empregados do governo; e que (ii) informará por escrito, no prazo de 3 (três) dias úteis, qualquer nomeação de seus representantes como funcionários públicos ou empregados do governo. A CONTRATANTE poderá, a seu exclusivo critério, rescindir o CONTRATO, caso a CONTRATADA realize referida nomeação nos termos do item “ii” acima, sendo que, neste caso, não serão aplicáveis quaisquer multas ou penalidades à CONTRATANTE pela rescisão do CONTRATO, devendo a CONTRATADA responder por eventuais perdas e danos.
- 21.8. A CONTRATADA declara que tem conhecimento de que o BANPARÁ possui políticas e procedimentos internos que têm como objetivo garantir o cumprimento dos compromissos legais e éticos assumidos, dentre os quais está incluído o Código de Conduta Ética e Conduta, disponível em <https://www.banpara.b.br/banpara/regulamentos/>.
- 21.9. A CONTRATADA, em consonância com o parágrafo anterior, declara que atuará conforme os padrões e princípios deste Código, ciente de que o desrespeito às suas disposições pode acarretar a rescisão do contrato, sem prejuízo das penalidades contratuais cabíveis.
- 21.10.** Qualquer descumprimento das disposições de Anticorrupção, em qualquer um dos seus aspectos, ensejará a rescisão motivada do presente instrumento, independentemente de qualquer notificação, observadas as penalidades previstas neste Contrato, bem como facultará à parte falta o ressarcimento, perante a parte inocente, de todo e qualquer dano suportado em função do referido descumprimento.

22 CLÁUSULA 22ª – DO TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

22.1. AS PARTES, por si e por seus colaboradores, obrigam-se, sempre que aplicável, a atuar no presente contrato, em conformidade com a Legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e as determinações de órgãos reguladores/fiscalizadores sobre a matéria, em especial, a Lei nº 13.709/2018, além das demais normas e políticas de proteção de dados de cada país onde houver qualquer tipo de tratamento dos dados das partes, o que inclui os dados dos seus clientes e representantes.

22.2 AS PARTES processarão os dados pessoais somente sob as instruções documentadas de maneira que – e na medida em que – seja apropriado para execução do contrato, exceto quando necessário para cumprir uma obrigação legal.

22.3. Os dados pessoais serão tratados para atos e obrigações relacionadas a este contrato, tendo como finalidade aferir poderes de representação às partes.

22.4. Os dados pessoais serão tratados para a finalidade descrita acima e se limitam a:

- Nome Completo,
- RG e CPF;
- Endereço;
- Email;

- Telefone.

12.5. AS PARTES deverão disponibilizar em seus endereços eletrônicos, documentação relevante para comprovação de cumprimento das medidas de segurança e boas práticas, caso possuam, como por exemplo, sua política de privacidade, código de conduta aprovado (quando disponível) e política de segurança da informação.

22.6. O CONTRATADO, caso identifique que uma instrução do CONTRATANTE viola a Lei Geral de Proteção de Dados ou qualquer outra disposição normativa sobre Privacidade e Proteção de Dados Pessoais, deverá informá-lo imediatamente sobre tal fato.

22.7. Sem prejuízo de quaisquer acordos contratuais existentes entre AS PARTES, os dados pessoais serão todos tratados como estritamente confidenciais e AS PARTES informarão todos os seus funcionários envolvidos no processamento de dados pessoais de natureza confidencial do contrato.

22.8. AS PARTES deverão garantir que todas as pessoas ou partes tenham assinado um contrato de confidencialidade apropriado, estejam de outra forma vinculadas a um dever de confidencialidade ou estejam sob uma obrigação estatutária apropriada de confidencialidade.

22.9. AS PARTES deverão implementar medidas técnicas e organizacionais apropriadas para garantir um nível de segurança no processamento de dados pessoais apropriado ao risco.

22.10. AS PARTES deverão apresentar, sempre que solicitado pela outra, evidências de que o ambiente de realização dos serviços possui o grau de segurança necessário para garantir o sigilo das informações a ela confiadas.

22.11. Quando uma PARTE tomar conhecimento de um incidente que afeta o processamento dos dados pessoais tratados em função desde contrato, deverá notificar imediatamente A OUTRA sobre o mesmo, sem demora injustificada, devendo sempre cooperar e seguir as suas instruções em relação a esses incidentes, a fim de permitir que se realize uma investigação completa sobre o incidente, se formule uma resposta correta e tome as medidas adequadas a respeito do incidente.

22.12. A CONTRATADA deverá indenizar o CONTRATANTE e o isentar de todas as reivindicações, ações, reivindicações de terceiros, perdas, danos e despesas incorridas pelo CONTRATANTE e decorrentes, direta ou indiretamente, de ou em conexão com uma violação das cláusulas de Tratamento de Dados e/ou a Lei Geral de Proteção de Dados.

22.13. O CONTRATANTE deverá avaliar se a CONTRATADA possui conhecimento técnico suficiente para auxiliar no cumprimento de obrigações previstas na Lei Geral de Proteção de Dados, tais como medidas técnicas, notificações de violações e DPIAs.

22.14. AS PARTES deverão processar os dados pessoais até a data de rescisão do contrato, ou até que esses dados sejam retornados ou destruídos.

22.15. AS PARTES deverão emitir documentos ratificando que todos os dados pessoais foram devolvidos ou descartados.

22.16. AS PARTES não autorizam uma à outra a usar, compartilhar ou comercializar quaisquer eventuais elementos de dados, produtos ou subprodutos que se originem ou sejam criados a partir do tratamento de dados estabelecido por este Contrato.

22.17. AS PARTES deverão auxiliar uma à outra por medidas técnicas e organizacionais apropriadas, na medida do possível, para o cumprimento da obrigação de responder à solicitação de exercício dos direitos dos titulares de dados sobre a Lei Geral de Proteção de Dados, como solicitações de acesso, solicitações de retificação ou descarte de dados pessoais e objeções ao tratamento.

22.18. Fica assegurado às PARTES, nos termos da lei, o direito de regresso diante de eventuais danos causados por este contrato, em decorrência do descumprimento das obrigações aqui assumidas em relação à Proteção de Dados.

22.19. A rescisão ou expiração deste contrato não exonera AS PARTES de suas obrigações de confidencialidade, de acordo com as cláusulas de Confidencialidade e de Proteção de Dados Pessoais.

23 CLÁUSULA 23ª – DA MATRIZ DE RISCO

23.1. Na hipótese de ocorrência de um dos eventos listados no Adendo 6 – Matriz de Riscos, que integra este instrumento contratual, o CONTRATADO deverá, no prazo de 01 (um) dia útil, informar ao CONTRATANTE sobre o ocorrido, contendo as seguintes informações mínimas:

- a. Detalhamento do evento ocorrido, incluindo sua natureza, a data da ocorrência e sua duração estimada;
- b. As medidas que estavam em vigor para mitigar o risco de materialização do evento, quando houver;
- c. As medidas que irá tomar para fazer cessar os efeitos do evento e o prazo estimado para que esses efeitos cessem;
- d. As obrigações contratuais que não foram cumpridas ou que não irão ser cumpridas em razão do evento; e,
- e. Outras informações relevantes.

23.2. Após a notificação, o CONTRATANTE decidirá quanto ao ocorrido ou poderá solicitar esclarecimentos adicionais aos CONTRATADOS. Em sua decisão o CONTRATANTE poderá isentar temporariamente os CONTRATADOS do cumprimento das obrigações contratuais afetadas pelo Evento.

23.3. A concessão de isenção não exclui a possibilidade de aplicação das sanções previstas neste Contrato.

23.4. O reconhecimento pelo CONTRATANTE dos eventos descritos no Adendo 6 que afetem o cumprimento das obrigações contratuais, com responsabilidade indicada exclusivamente aos CONTRATADOS, não dará ensejo a recomposição do equilíbrio econômico financeiro do contrato, devendo o risco ser suportado conforme alocação dos riscos na matriz, constante do anexo I do TR.

23.5. As obrigações contratuais afetadas por caso fortuito, fato do príncipe ou força maior deverão ser comunicadas pelas partes em até 01 (um) dia útil, contados da data da ocorrência do evento.

23.6. As partes deverão acordar a forma e o prazo para resolução do ocorrido.

23.7. As partes não serão consideradas inadimplentes em razão do descumprimento contratual decorrente de caso fortuito, fato do príncipe ou força maior.

23.8. Avaliada a gravidade do evento, as partes, mediante acordo, decidirão quanto a recomposição do equilíbrio econômico financeiro do contrato, salvo se as consequências do evento sejam cobertas por Seguro.

23.9. As partes se comprometem a empregar todas as medidas e ações necessárias a fim de minimizar os efeitos advindos dos eventos de caso fortuito, fato do príncipe ou força maior.

23.10. Os fatos imprevisíveis, ou previsíveis, porém de consequências incalculáveis, retardadores ou impeditivos da execução do contrato, não previstos no Adendo 6 – Matriz de Riscos, serão decididos mediante acordo entre as partes, no que diz respeito à recomposição do equilíbrio econômico financeiro do contrato.

24 CLÁUSULA 24ª – DA PUBLICAÇÃO

- 24.1. A publicação do presente Contrato será providenciada em extrato, no Diário Oficial do Estado do Pará, nos termos do Decreto estadual nº 2.121/2018.

25 CLÁUSULA 25ª – DA ASSINATURA DIGITAL

- 25.1. As PARTES expressamente anuem, autorizam, aceitam e reconhecem que todos os documentos pertinentes ao Contrato, inclusive o próprio instrumento contratual e seus aditivos, todas as páginas de assinatura e eventuais anexos, podem ser assinados digitalmente com as respectivas assinaturas mediante certificados eletrônicos, com autenticidade reconhecida pelo certificado digital ICP-Brasil, e enviados entre as partes por meio eletrônico nos termos do art. 10, °2º da MP nº 2.220-2.

26 CLÁUSULA 26ª – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 26.1. Na hipótese de qualquer das cláusulas, disposições, termos ou condições deste Contrato vierem a ser declaradas nulas, em face de decisão judicial transitada em julgado, por qualquer motivo, elas não afetarão as demais cláusulas, disposições, termos ou condições deste Contrato, os quais continuarão vigorando entre as Partes e produzindo efeitos, inclusive, em relação a terceiros.
- 26.2. Nenhuma das Partes poderá ceder, dar em garantia ou transferir a terceiros, no todo ou em parte, os direitos e obrigações oriundos do presente Contrato, salvo com a prévia anuência da outra Parte. Ressalva-se, entretanto, o direito da Contratante de ceder ou transferir os direitos e obrigações do presente Contrato a suas Afiliadas, mediante simples comunicação ao Contratado. Será nula a cessão efetuada em desacordo com esta cláusula, não produzindo esta cessão quaisquer efeitos.
- 26.3. A tolerância, por uma das Partes, à infração das cláusulas e disposições contidas neste Contrato, bem como à prática de quaisquer atos ou procedimentos não previstos de forma expressa neste Contrato, será considerada mera liberalidade, não se configurando como precedente ou novação contratual.
- 26.4. Este Contrato é celebrado em caráter irrevogável e irretratável, e vincula e obriga as Partes e seus sucessores e cessionários permitidos.
- 26.5. Quaisquer notificações, pedidos, reclamações, demandas, instruções e outras comunicações a serem efetuadas ou enviadas nos termos do presente por ou para qualquer das Partes serão efetuadas por escrito e enviadas por carta para o endereço do preâmbulo ou por e-mail, com confirmação de recebimento, para os contatos definidos no item “Comunicações” do Quadro Resumo.
- 26.6. Este Contrato constitui o acordo integral entre as Partes no que tange ao seu objeto, substituindo assim todos os acordos anteriores, orais ou escritos, a esse respeito. Assim, as Partes conferem uma à outra a mais completa, rasa, irrevogável e irretratável quitação de quaisquer valores ou outras obrigações que possam decorrer das mencionadas avenças, nada mais tendo a reclamar, seja a que título for.
- 26.7. O presente Contrato reflete o inteiro teor da negociação havida entre as Partes sendo vedada a sua interpretação de sorte a constituir uma sociedade, “*Joint Venture*” ou qualquer outro tipo de associação, formal ou informal, entre as Partes, inclusive, vedando qualquer hipótese de vínculo trabalhista entre as Partes contratantes.
- 26.8. Este Contrato terá força de título executivo na forma da lei, inclusive para a cobrança das obrigações de fazer e multas dispostas neste Contrato.

26.9. Cada uma das Partes deste Contrato declara e garante à outra que tem plenos poderes, autoridade e direito, para celebrar e cumprir este Contrato e que as obrigações ora assumidas são legais, válidas, vinculantes e exequíveis, em conformidade com seus termos.

27 CLÁUSULA 27ª – DO FORO

27.1. As partes contratantes elegem o foro da Comarca de Belém, Estado do Pará, para a solução de qualquer questão oriunda do presente contrato, com exclusão de qualquer outro.

E, por estarem justas e contratadas, as partes assinam o presente instrumento digitalmente, conforme testemunhas abaixo, para que produzam os efeitos legais, por si e seus sucessores.

Belém, de de 2025.

Pelo **BANPARÁ**:

Diretor(a) Presidente

Diretor(a)

Pelo **CONTRATADO**:

[Empresa]

Testemunhas

Nome:
CPF:

Nome:
CPF:

ADENDO 3 AO CONTRATO - TERMO DE COMPROMISSO DE POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

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 n. 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 anti-suborno, 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 n. 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 CONTRATADA 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)

.....
[Empresa]

**ADENDO 4 AO CONTRATO - TERMO DE RESPONSABILIDADE COM AS RECOMEN-
DAÇÕES DO CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA DO BANPARÁ**

[Empresa], CNPJ nº [Título], neste ato por seu representante legal, **declara:**

- a) Que recebeu, leu e compreendeu, tendo, assim, conhecimento do inteiro teor do mencionado Código de Ética e de Conduta Institucional do Banpará e concorda com os princípios e orientações nele contidos;
- b) Que a Contratada atuará conforme os padrões e princípios deste Código, ciente de que o desrespeito às suas disposições pode acarretar a rescisão do contrato, sem prejuízo das penalidades contratuais cabíveis;
- c) Que está ciente de que o documento se encontra disponível no seguinte endereço: <https://www.banpara.b.br/banpara/regulamentos>;

Belém (PA), ____ de _____ de _____

[Empresa]

TESTEMUNHAS:

1. _____ (Nome/CPF)

2. _____ (Nome/CPF)

ADENDO 5 AO CONTRATO – TERMO DE DESIGNAÇÃO DE FISCAL DE CONTRATO

Pelo presente Termo de Designação de Fiscal Técnico de Contrato ficam os empregados lotado na , matrícula Nº , designado como TITULAR, e lotado na , matrícula Nº , designado como SUPLENTE, cientes de que deverão atuar como Fiscais Técnicos do Contrato Nº [Fax da Empresa] que tem por objeto: **Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente 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 ações publicitárias junto a públicos de interesse.**

Ficam igualmente CIENTES de que, como Fiscais Técnicos, possuem as seguintes atribuições e rotinas:

I.

.....
.....

II.

.....
.....

III.

.....
.....

IV.

.....
.....

Ficam, ainda, CIENTES de que:

I. A falta ou deficiência no cumprimento de suas atividades de fiscalização estão sujeitas a responsabilização na esfera civil, administrativa e criminal, inclusive com eventual propositura de ação indenizatória e de improbidade administrativa;

II. A partir deste momento, o Fiscal Técnico do Contrato deve iniciar as atividades de fiscalização, independentemente de qualquer outra comunicação;

III. Deve manter arquivada em seu local de trabalho, onde tenha fácil acesso, uma cópia do Contrato, seguido de cópia do Termo de Fiscal Técnico de Contrato e dos originais dos Termos de Fiscalização, pela ordem cronológica, os quais estarão sempre preparados e organizados para consulta pelas autoridades, inclusive o Ministério Público e a população.

Este Termo é passado em duas vias, sendo uma encartada no processo licitatório ou de contratação e a outra entregue ao Fiscal Técnico do Contrato.

Belém, de de

Gestor do Contrato

Ciência dos empregados designados:

Fiscal Técnico Titular do Contrato Nº [Fax da Empresa]

Fiscal Técnico Suplente do Contrato Nº [Fax da Empresa]

OBSERVAÇÃO: Se necessário, poderão ser indicados mais de um Fiscal Técnico de Contrato para o mesmo objeto, conforme a complexidade. Nesse caso, será preenchido um único Termo de Designação de Fiscal Técnico de Contrato, com a qualificação de cada um dos fiscais e todos assinam o termo. Cada um deverá receber um exemplar do termo no original.

REGULAMENTO:

I. A Fiscalização Técnica é relativa aos serviços propriamente ditos. O Fiscal Técnico deve avaliar constantemente a execução do seu objeto e a sua qualidade, verificando, dentre outros aspectos, o cumprimento dos seus resultados e cronograma, a utilização dos materiais, técnicas e recursos humanos exigidos para a execução do Contrato, devendo determinar a correção de falhas ou faltas por parte do Contratado, bem como informar ao gestor do Contrato sobre providências que importem disposição sobre o Contrato, com as respectivas justificativas.

II. O ato de designação de agente de fiscalização deve prescrever expressamente a rotina de fiscalização a ele atribuída, detalhando as tarefas que devem ser executadas em determinado intervalo de tempo, sua ordem de execução, especificações, duração e frequência.