

ANEXO I - PROJETO BÁSICO

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade para o Badesul Desenvolvimento S.A. – Badesul/RS.

2. DA JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

2.1. A contratação justifica-se pela necessidade de se ter agência especializada para realização de trabalho de publicidade para divulgação do Badesul Desenvolvimento e seus produtos e serviços.

2.2. Visa propiciar maior interação com o público alvo do Badesul divulgando, com maior eficácia seus atos institucionais, utilizando empresa de publicidade que, através de técnicas especializadas nesse ramo atinja com maior abrangência os objetivos almejados.

2.3. Diante do disposto no Decreto Estadual nº 50.354/2013, ficou determinada a obrigatoriedade de licitação própria para contratação de agência de publicidade.

2.4. O referido decreto alterou o procedimento de seleção de Agência de Publicidade e Propaganda contratada pela Administração Pública Estadual Direta e Indireta, bem como disciplinou que o processo seja regido mediante normativas da Secretaria de Comunicação.

2.5. A Portaria nº 11, de 19 de Agosto de 2020 – SECOM trouxe tal normatização bem como instituiu o procedimento de seleção interna das agência de propaganda e aprovou o Manual de Procedimento das Ações de Publicidade.

2.6. Conforme parecer da PGE/RS nº 17848 de 30.08.2019 este certame observará o regramento para procedimento de licitação contido na Lei 13.303/16.

2.7. Além disso, tal norma também impossibilita a adesão à licitação da Administração Direta.

2.8. Posteriormente, houve novo entendimento da PGE/RS, por intermédio do parecer nº 19.075/2021, entretanto não se encontrou licitação que permitisse a adesão que obedecesse ao regramento ali estabelecidos;

2.9. Em virtude da especificidade da contratação e seguindo uma prática comum nos Editais de seleção de Agência de Publicidade o valor máximo aceitável da proposta de preços será divulgado para balizamento dos licitantes

e aumento da concorrência entre eles, nos termos do artigo 104, do Regulamento Interno de Licitações e Contratos do Badesul.

3. DA JUSTIFICATIVA DOS PREÇOS

3.1. Os percentuais para pagamento proposto à agência de publicidade foram estipulados pelo Badesul a partir de pesquisa junto ao SINAPRO-RS e ao mercado publicitário (agências) e instituições que fizeram a licitação.

4. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

4.1. O presente procedimento licitatório visa a contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade ao Badesul Desenvolvimento, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo:

4.1.1. o estudo, planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação com o objetivo de promover e fortalecer institucionalmente a marca, promover a venda de bens e serviços ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias e informar o público em geral.

4.2. Atividades complementares que integram esta licitação são os serviços especializados pertinentes:

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

4.2.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Os serviços compreendem: as tecnologias de monitoramento, análise e otimização de ações de comunicação; mídia programática abrangendo adserver, DMP -Data Management Plataform, DSP – Demand Side Plataform, entre outros serviços, sistemas e tecnologias; qualquer outra forma inovadora de expansão de efeitos das ações de comunicação publicitária que venha a surgir, que se enquadre nessas características e que seja reconhecida pelo Badesul.

4.2.3. à produção e à execução técnica das peças ou material criados pela agência contratada;

4.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no item 4.2.1, terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação

e a veiculação e de possibilitar a mensuração de resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, sendo vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do serviço do contrato de prestação de serviços de publicidade;

4.4. É vedado incluir outros serviços não previstos no item 4.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas e as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, de acordo com as vedações determinadas pela Lei nº 12.232/2010.

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

4.6. A agência atuará por ordem e conta do Badesul, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para execução de atividades complementares que são tratadas no item 4.5 e de veículos de divulgação, para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, em conformidade com o art. 3º da Lei 4.680/65 e Parágrafo 2º, art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4.7. A agência de propaganda não poderá subcontratar outras agência de propaganda para a execução dos serviços que integram o objeto deste processo licitatório.

4.8. A empresa deverá apresentar declaração de que, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, terá em Porto Alegre/RS estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Badesul.

4.9. A agência de propaganda contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, setup, monitoramento e de avaliação da performance online das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho.

4.10. A equipe deve contar com empregados de criação e atendimento voltados especificamente para o meio digital/online, além de qualificados em tecnologias de marketing digital e análise de dados, com as seguintes competências:

4.10.1. Definir estratégias para constante otimização de mídia;

4.10.2. Construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;

- 4.10.3. Conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;
- 4.10.4. Conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis
- 4.10.5. Implementar “setup” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;
- 4.10.6. Elaborar relatórios com análises quantitativas e qualitativas para direcionar o planejamento de novas ações e tomadas de decisão que possuam insights, análises profundas e recomendações;
- 4.10.7. Conhecimento e prática em mídia programática;
- 4.10.8. CRO (Conversion Rate Optimization), Web Analytics, UX (User Experience), Desenvolvedor Web, SEO (Search Engine Optimization) e ASO (App Store Optimization).
- 4.11. A agência deverá, ainda, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas, conforme dispõe o art. 17, da Lei 12.232/2010.

5. DA EXECUÇÃO

- 5.1. Devem ser observadas as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao BADESUL:
- 5.2. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- 5.3. Somente poderão apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo BADESUL, ou em cadastro oficial indicado por esta, aptos a fornecerem à CONTRATADA, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
- 5.4. Apresentar, no mínimo, três cotações coletadas entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- 5.5. Exigir do fornecedor que constem nas cotações os produtos ou serviços que as compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- 5.6. A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
- 5.7. Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o

serviço a ser fornecido.

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

5.9. O fornecimento de bens ou serviços que se enquadram no previsto no §3º do art. 14 da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, está dispensado do procedimento previsto no item 5.5 desta cláusula.

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

5.11. As disposições dos itens 5.4 e 5.7 desta cláusula não se aplicam à compra de mídia.

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

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

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

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

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

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

5.18. A agência de propaganda contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, setup, monitoramento, análise de dados e avaliação da performance online das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho. A equipe deve contar com empregados de criação e atendimento voltados especificamente para o meio

digital/online, com as seguintes competências:

- 5.19. Definir estratégias para constante otimização de mídia;
- 5.20. Construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;
- 5.21. Conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;
- 5.22. Conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis;
- 5.23. Implementar “setup” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;
- 5.24. Elaborar relatórios com análises quantitativas e qualitativas para direcionar o planejamento de novas ações e tomadas de decisão que possuam insights, análises profundas e recomendações;
- 5.25. Conhecimento e prática em mídia programática;
- 5.26. Dominar ferramentas de marketing digital com o objetivo de otimizar ou dar suporte analítico e gerencial às ações de comunicação digital.

6. DA COMPOSIÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos itens 24.32 e 24.33 da Cláusula Das Obrigações Da Contratada, na impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar os documentos a seguir enumerados, de acordo com o tipo de mídia contratada.

6.2. Para comprovação de mídia impressa:

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

6.4. Demais mídias impressas: exemplares originais dos títulos

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

6.5.1. Para comprovação de veiculações em mídia exterior:

6.6. Mídia Out Of Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, contendo fotos, período de veiculação,

identificação do local e nome da campanha. Esse relatório deverá ser acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual deve constar a identificação da empresa e do responsável que assina a declaração.

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

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

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

7. DO LOCAL E HORÁRIO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

7.1. O serviço será prestado de forma remota, sendo prestado excepcionalmente na Sede do Badesul, situada à Rua Gen. Andrade Neves Nº 175 – Centro - Porto Alegre/RS, CEP 90.010-210, ou em local que vier a ser designado pelo Badesul.

7.2. Caso o serviço seja prestado no Badesul, deverá ser considerado o horário de funcionamento das 08:30 às 19:00.

8. DAS CONDIÇÕES ESPECÍFICAS DE PARTICIPAÇÃO

8.1. As empresas participantes do certame deverão cumprir com os seguintes requisitos prever, dentre as demais condições gerais de participação:

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

8.3. A participação de agência de propaganda que preste serviços similares aos do objeto desta licitação a concorrentes mercadológicos do Badesul está

condicionada à desistência da prestação daqueles serviços, antes da eventual assinatura dos contratos oriundos desta licitação.

8.4. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a agência que vier a ser contratada deverá comprovar que possui em Porto Alegre/RS estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Badesul.

8.5. A agência de propaganda contratada deverá possuir e manter, durante todo o período do contrato, uma área de comunicação em mídia digital com estrutura permanente de planejamento, criação, setup, monitoramento, análise de dados e avaliação da performance online das campanhas, incluindo a geração de relatórios de métricas de desempenho. A equipe deve contar com empregados de criação e atendimento voltados especificamente para o meio digital/online, com as seguintes competências:

8.6. definir estratégias para constante otimização de mídia;

8.7. construir e modelar audiências de acordo com a jornada do cliente;

8.8. conhecer e implementar processos de integração de tecnologias e coleta de dados;

8.9. conhecer rotinas e regulações de forma a propor alternativas factíveis;

8.10. implementar “setup” de ferramentas, operação e acompanhamento de performance das ações;

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

8.12. conhecimento e prática em mídia programática;

8.13. dominar ferramentas de marketing digital com o objetivo de otimizar ou dar suporte analítico e gerencial às ações de comunicação digital.

9. DO REGIME DE EXECUÇÃO

9.1. A execução do presente contrato far-se-á pelo regime de **empreitada por preço unitário**.

10. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO

10.1. Esta licitação é do tipo melhor técnica e será julgada conforme previsto na PROPOSTA TÉCNICA e na PROPOSTA DE PREÇOS , em consonância com a Lei nº12.232/2010 e Lei 13.303/2016.

10.2. As demais agência, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, serão chamadas a se manifestarem quanto à concordância em realizar os serviços pelo mesmo valor da proposta de menor

preço.

10.3. As agência convocadas na forma do item anterior que não concordarem com o preço da 1º classificada na Proposta de Preços perderão o direito de contratar os serviços com o Badesul, não lhes cabendo nenhum tipo de indenização.

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

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

11. DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. 1. Proposta Técnica

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

11.1.1.1. Plano de Comunicação Publicitária

11.1.1.2. Capacidade de Atendimento

11.1.1.3. Repertório

11.1.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

11.1.2.1. Raciocínio básico: Texto em que a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Badesul, a compreensão sobre as informações constantes do briefing e os desafios ou problemas de comunicação a serem enfrentados.

11.1.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: A licitante apresentará e defenderá, sob a forma de texto, o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação desejados pelo Badesul. Além disso, a licitante deverá explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema e dos objetivos de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

11.1.2.3. Ideia Criativa: A licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Os

exemplos deverão ser compostos obrigatoriamente de 10(dez) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça ou material, que julgar mais indicados para ilustrar a proposta criativa da agência, superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos definidos na estratégia de comunicação publicitária.

11.1.2.3.1. As peças obrigatórias são:

11.1.2.4. Estratégia de mídia e não mídia: Constituída de apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing. Essa apresentação deverá conter simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, devendo constar resumo geral com informações sobre período de distribuição, quantidade de inserções, valor dos investimentos alocados em veículos de divulgação e na produção e/ou execução técnica de cada peça, conforme referido no subitem 11.1.2.4.4.

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

11.1.2.4.2. Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista no subitem 11.2.10 deverão constar dessa simulação.

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

11.1.2.4.3.1. o período de distribuição das peças e/ou material;

11.1.2.4.3.2. as quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e divulgação;

11.1.2.4.3.3. os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e divulgação, separadamente por meios;

11.1.2.4.3.4. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e divulgação;

11.1.2.4.3.5. as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

11.1.2.4.3.6. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

11.1.2.4.3.7. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.1.2.4.4. Nessa simulação:

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

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

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

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

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

11.2. **2. Plano de Comunicação Publicitária.**

11.2.1. O Plano de Comunicação deverá ser apresentado em 2 (duas) vias – identificada e não identificada.

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

11.2.3. O Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2, e será composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia e deverá ser elaborado com base no briefing (ANEXO II). Devendo ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) e seus subquesitos. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2.4, no que couber e não serão computadas no limite previsto no item 11.2.8.

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

11.2.4.1. Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

11.2.4.2. Em papel A4, branco, com gramatura entre 75 a 90, orientação retrato;

11.2.4.3. Com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na margem direita, a partir da borda;

11.2.4.4. Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

11.2.4.5. Com textos justificados;

11.2.4.6. Com espaçamento “simples” entre as linhas;

11.2.4.7. Com texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, estilo “normal”, cor preta;

11.2.4.8. Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

11.2.4.9. Capa e contracapa em papel tamanho A4 branco, com gramatura de 75 a 90, ambas em branco;

11.2.4.10. Sem identificação da licitante.

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

11.2.5.1. os gráficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores;

11.2.5.2. os dados e informações dos gráficos e/ou tabelas devem ser editados na fonte “arial”, estilo “normal”, tamanho “10 pontos”;

11.2.5.3. as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em orientação paisagem e/ou em papel A3 dobrado. Para fins do limite previsto no subitem 11.2.8, o papel A3 dobrado será computado como duas páginas de papel A4, orientação paisagem.

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

11.2.7. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.4. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto no edital quanto às dimensões e integridade do referido invólucro.

11.2.8. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista no subitem 11.2.10 estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para indicar os títulos desses subquestos.

11.2.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões e integridade do involucro nº 1.

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

11.2.10.1. apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, com comentários sobre cada peça e/ou material. Os comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

11.2.10.2. Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos a peça e/ou material, bem como produtos ou serviços que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.2.11. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou materiais superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, conforme tem 11.2.10.2 e subitem 11.2.12.1, a relação prevista no subitem 11.2.10 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.2.12. Os exemplos de peças e/ou materiais de que trata o item 11.2.10.2:

11.2.12.1. estão limitados a 10 (dez) peças ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça ou material, que julgar mais indicados para ilustrar a proposta criativa da agência, superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos definidos na estratégia de comunicação publicitária.

11.2.12.2. podem ser apresentados sob a forma de:

11.2.12.2.1. roteiro, leiaute e/ou storyboard impressos, para qualquer peça e meio de divulgação;

11.2.12.2.2. leiaute eletrônico ou “monstro”, para rádio, internet e TV;

11.2.12.2.3. storyboard animado ou animatic, para internet e TV;

11.2.12.2.4. print de tela, para peças de veiculação digital;

11.2.12.3. na apresentação de proposta de hot site, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.2.12.4. na elaboração de “monstro” ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução;

11.2.12.5. na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e

locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento. Contudo, o uso de efeitos que simulam movimento de câmera é permitido.

11.2.12.6. só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.2.13. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o limite de que trata item 11.2.12.1, devem ser observadas as seguintes regras:

11.2.13.1. as reduções e variações de formato serão consideradas como peças autônomas;

11.2.13.2. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

11.2.13.3. peça sequencial, para qualquer meio, será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única (exemplos: anúncio para revista e jornal, painéis sequenciais de mídia exterior, entre outros);

11.2.13.4. um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

11.2.13.5. um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;

11.2.13.6. um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;

11.2.13.7. um hot site cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado uma peça.

11.2.14. 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 no subitem 11.2.10, obedecidas às especificações do subitem 11.2.2.

11.2.15. Os storyboards animados ou animatics, os leiautes eletrônicos e os “monstros” poderão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em computadores pessoais, com o sistema operacional Windows e não devem necessitar de codecs especiais de vídeo para sua visualização. As Peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, mp4 e mov. Ressalvado que esses materiais não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.2.16. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, atentarem para as disposições deste Edital quanto às dimensões do invólucro nº 1, sendo que, peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº 1, podem ser dobradas.

11.2.17. As logomarcas e suas variações para aplicação nos leiautes das campanhas deverão ser obtidas do Manual de Identidade Visual do Badesul, disponível na URL www.Badesul.com.br .

11.3. Eventuais slogans publicitários para a produção das peças da campanha deverão ser compostos em fonte Arial e seus “estilos” (normal, itálico, negrito ou negrito itálico).

3. Capacidade de Atendimento

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

11.3.1.1. relação de clientes: relação nominal dos seus principais clientes a partir de 02/01/2020, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e do objeto do contrato ou do serviço prestado. O período previsto permite a seleção e a quantidade necessária de materiais adequados para o encaminhamento da agência de publicidade e análise.

11.3.1.2. equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido, devidamente comprovado (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços para o Badesul, discriminando-os por área de atuação na agência licitante. A comprovação de experiência poderá ser através de CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social, contratos de trabalho, ou outro documento hábil à referida comprovação, exceto declaração pessoal emitida pelo próprio profissional ou empresa, de forma unilateral, conforme previsto no item **Erro! Fonte de referência não encontrada.** do Projeto Básico.

11.3.1.3. infraestrutura: relação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

11.3.1.4. informações de marketing: discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição do Badesul, sem ônus adicional, durante a execução dos serviços.

11.3.2. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em tamanho papel A4, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste subitem, poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.3.3. Os documentos/informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.3.2 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2. Capa e contracapa em papel branco, tamanho A4, com gramatura de 75 a 90.

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

11.4. **4. Repertório**

11.4.1. O repertório a ser apresentado pela licitante constitui-se de um conjunto de trabalhos por ela concebidos e veiculados, expostos, exibidos e/ou distribuídos a partir de 02/01/2017, para anunciantes que não pertencentes ao Badesul. O período previsto permite a seleção e a quantidade necessária de materiais adequados para o encaminhamento da agência de publicidade e análise. Nesse quesito, a licitante deverá apresentar 08 (oito) peças e/ou materiais, observado o limite de 02 (duas) peças e/ou materiais para cada meio de divulgação. Cada peça/material deverá ter apresentação de ficha técnica, na qual se incluirá indicação sucinta do problema que a peça/material se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo/espço que divulgou cada peça, bem como eventuais premiações e reconhecimentos alcançados.

11.4.2. A licitante deverá apresentar em caderno específico os documentos, informações, peças e/ou materiais que constituem o Repertório, com ou sem o uso de cores, em tamanho papel A4, em fonte "Arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste subitem poderá ser editada em papel A3 dobrado, orientação paisagem.

11.4.3. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2. Capa e contracapa em papel branco, tamanho A4 branco, com gramatura de 75 a 90.

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

11.4.5. As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.4.2, em papel A4 ou A3 dobrado, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e ser indicadas suas dimensões originais.

11.4.6. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.4.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'C' do subitem 11.6.5.6.

11.4.7. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Badesul.

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

11.5. **5. Relatos de Soluções de Problemas De Comunicação**

11.5.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "Arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última página, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados nos subitens precedentes não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) - e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2. Capa e contracapa em papel branco, tamanho A4 branco, com gramatura de 75 a 90.

11.5.3. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com, no máximo, 02 (duas) páginas, nos quais serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, em data a partir de 02/01/2017, sendo que um deles deve referir-se a case veiculado em meio digital. O período previsto permite a seleção e a quantidade necessária de materiais adequados para o encaminhamento da agência de publicidade e análise.

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

11.5.4.1. as peças eletrônicas e os spots e/ou jingles deverão ser fornecidas em CD, DVD ou pen drive;

11.5.4.2. as peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto subitem 11.5.1, em papel tamanho A4 ou A3 dobrado, devendo ser preservada a capacidade de leitura das peças e ser indicadas suas dimensões originais. Não entram no cômputo das páginas previstas no subitem 11.5.3.

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

11.5.5. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.5.3, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea “D” do subitem 11.6.5.6.

11.5.6. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, de forma a atestar sua autenticidade. Todas as páginas do Relato devem estar assinadas/rubricadas tanto pelo autor do referendo representante da Licitante, como pelo cliente. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato elaborado pela licitante, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Tais relatos não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Badesul.

11.6. **6. Julgamento das Propostas Técnicas**

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

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

11.6.3. Quesito Plano de Comunicação Publicitária

11.6.3.1. *Subquesito Raciocínio Básico:*

11.6.3.1.1. grau de entendimento do briefing, demonstrado através da compreensão dos seguintes aspectos:

11.6.3.1.2. do papel do Badesul nos contextos social, político e econômico;

11.6.3.1.3. da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Badesul com seus públicos;

11.6.3.1.4. das características do Badesul e das suas atividades e de seus produtos e serviços que sejam significativos para a comunicação publicitária;

11.6.3.1.5. sobre a natureza e a extensão do objeto do briefing;

11.6.3.1.6. dos desafios e objetivos de comunicação a serem estabelecidos pelo Badesul;

11.6.3.1.7. das necessidades de comunicação e das estratégias do Badesul para enfrentar esses desafios.

11.6.3.2. Subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária:

11.6.3.2.1. a adequação do conceito proposto em relação à natureza e à qualificação do Badesul e ao desafio e objetivos de comunicação;

11.6.3.2.2. a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito e da estratégia de comunicação publicitária propostos;

11.6.3.2.3. a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Badesul com seu público alvo, objeto do briefing;

11.6.3.2.4. a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio e alcance dos objetivos de comunicação do Badesul;

11.6.3.2.5. a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Badesul, o mercado no qual se insere, o seu desafio e seus objetivos de comunicação definidos no briefing, seus públicos e a verba referencial.

11.6.3.2.6. Subquesto Ideia Criativa

11.6.3.2.7. sua adequação ao desafio, aos objetivos de comunicação do Badesul e à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

11.6.3.2.8. as soluções inovadoras capazes de contribuir para o posicionamento e os atributos desejados pelo Badesul.

11.6.3.2.9. sua adequação ao universo cultural dos segmentos público-alvo;

11.6.3.2.10. a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e de desdobramentos que possibilita;

11.6.3.2.11. a originalidade da combinação dos elementos que a constituem em consonância com as novas tecnologias;

11.6.3.2.12. a simplicidade e didática da forma sob a qual se apresenta;

11.6.3.2.13. sua pertinência às atividades do Badesul e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

11.6.3.2.14. as proposições inovadoras considerando as possibilidades do meio digital;

11.6.3.2.15. a exequibilidade das peças e/ou do material;

11.6.3.2.16. a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou materiais aos meios e aos públicos propostos.

11.6.3.3. Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia

11.6.3.3.1. o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público definidos no briefing;

- 11.6.3.3.2. a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- 11.6.3.3.3. a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação às duas alíneas anteriores;
- 11.6.3.3.4. a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos e/ou canais de comunicação próprios do Badesul;
- 11.6.3.3.5. a economicidade da aplicação da verba estabelecida para a campanha, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais;
- 11.6.3.3.6. a otimização da solução de mídia e não mídia proposta na estratégia apresentada, para o atingimento dos públicos-alvo estabelecidos no briefing.

11.6.3.4. Quesito Capacidade de Atendimento

- 11.6.3.5. Subquesito I – Clientes: o porte e a tradição dos clientes da licitante a partir de 01/08/2017 e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- 11.6.3.6. Subquesito II – Profissionais: a experiência dos profissionais da Licitante, a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Badesul;
- 11.6.3.7. Subquesito III – Infraestrutura: a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 11.6.3.8. Subquesito IV – Informação de Marketing: a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Badesul, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

11.6.4. Quesito Repertório

- 11.6.4.1. a Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- 11.6.4.2. a qualidade da execução e do acabamento das peças e/ou materiais;
- 11.6.4.3. a clareza e objetividade da exposição das informações prestadas;
- 11.6.4.4. eventuais premiações e reconhecimentos alcançados.

11.6.5. Quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

- 11.6.5.1. a evidência de planejamento estratégico publicitário;
- 11.6.5.2. a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- 11.6.5.3. a relevância dos resultados apresentados;
- 11.6.5.4. a concatenação lógica da exposição.
- 11.6.5.5. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

Quesito	Subquesito	Pontuação máxima do subquesito	Pontuação máxima do quesito
A) Plano de comunicação publicitária	Raciocínio básico	05	60
	Estratégia de comunicação publicitária	20	
	Ideia criativa	25	
	Estratégia de mídia e não mídia	10	
B) Capacidade de atendimento	Clientes	02	15
	Equipe de Profissionais	12	
	Infraestrutura	0,5	
	Informações de Marketing	0,5	
C) Repertório	-		15
D) Relatos de soluções de problemas de comunicação	-		10
Pontuação total máxima			100
Pontuação mínima para classificação: 80 pontos			

11.7. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 11.6.5.6, obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto e levando em consideração todos os itens previstos neste anexo.

11.8. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, com duas casas decimais, respeitada a pontuação máxima de cada quesito e subquesito prevista no item 11.6.5.6 e o limite máximo definido no item 11.6.5.5.

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

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

11.11. Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim

será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

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

11.13. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

11.14. Será desclassificada a Proposta que:

11.15. não atender às exigências do presente edital de seus anexos;

11.16. obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 11.6.3 a 11.6.5;

11.17. não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

11.18. obtiver nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária;

11.19. obtiver nota inferior a 12 (doze) pontos no subquesito Ideia Criativa;

11.20. obtiver nota inferior a 06 (seis) pontos no subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;

11.21. obtiver nota inferior a 10 (dez) pontos no subquesito Capacidade de Atendimento.

11.22. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante com maior pontuação, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 11.6.5.6, 11.6.3.2, 11.6.3.4 e 11.6.3.1.

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

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

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

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			
Subquesto	Análise Crítica	Nota	Pontuação Máxima por Tópico
RACIOCÍNIO BÁSICO	Excelente	05	05
	Ótimo	04	
	Bom	03	
	Regular	02	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Excelente	20	20
	Ótimo	15	
	Bom	10	
	Regular	05	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
IDÉIA CRIATIVA	Excelente	25	25
	Ótimo	20	
	Bom	15	
	Regular	10	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Excelente	10	10
	Ótimo	08	
	Bom	06	
	Regular	04	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			60

11.25.1. Para fins desta planilha, considerar os seguintes parâmetros:

11.25.1.1. nota mínima necessária para o invólucro N° 1 = 48

11.25.1.2. Excelente = Atendeu de 81% a 100%;

11.25.1.3. Ótimo = Atendeu de 61% a 80%;

11.25.1.4. Bom = Atendeu de 41% a 60%;

11.25.1.5. Regular = Atendeu de 21% a 40%;

11.25.1.6. Insuficiente ou não atendeu = atendeu até 20%, conforme disposto no item 11.6.4 , as notas atribuídas deverão obedecer a intervalos de 0,5 (meio) ponto.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Quesito: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO				
Subquesito	Especificação	Qtde/ Tipo	Pontuação	Pont. Máxim a por Tópico
Relação de Clientes	Relação nominal dos principais clientes da licitante, a partir de 01/08/2017, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e do serviço prestado.	Clientes Nível A	0,5	2,0
	Nível A: ao menos 2 clientes com atuação nacional. Entende-se como atuação nacional aqueles anunciantes que veicularam pela agência material de TV em rede nacional ou no mínimo em 10 Estados, incluindo aqueles da Região Sul.	Clientes Nível B	0,5	
	Nível B: ao menos 2 clientes com atuação na região sul. Cada licitante deverá comprovar, de cada um dos clientes, veiculação de publicidade abrangendo, simultaneamente, os tres estados: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Nível C: ao menos 3 clientes com atuação no estado do Rio Grande do Sul.	Clientes Nível C	1,0	
Equipe	Diretor Geral com experiência mínima de 5 (cinco) anos.	1	1,0	1,0
	Diretor de Criação com experiência mínima de 3 (três) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de atendimento com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de atendimento para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de criação com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de criação para o meio digital com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0

	Profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
		1	1,0	1,0
	Profissional de mídia com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de mídia (digital) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional de BI (Business Intelligence - pesquisas de mercado, tratamento e análise de dados para meios digitais) com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
	Profissional com experiência em mesa de performance para monitoramento de resultados negociais e institucionais (Analytics) das marcas/produtos em ambientes digitais do Badesul, com experiência mínima de 2 (dois) anos.	1	1,0	1,0
Infraestrutura	As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.		0,5	0,5
Info. de Marketing	Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.		0,5	0,5
TOTAL CAPACIDADE DE ATENDIMENTO				15

11.25.1.7. Para fins desta planilha considerar os seguintes parâmetros:

11.25.1.8. será atribuída nota 0 quando não for atendida a especificação solicitada nos subquesitos relação de clientes, equipe, infraestrutura e informações de marketing.

REPERTÓRIO

Quesito: REPERTÓRIO			
SUBQUESITO	ANÁLISE DE QUALIFICAÇÃO	NOTA	PONTUAÇÃO MÁXIMA POR TÓPICO
Conjunto de 08 Peças	Excelente	15	15
	Ótimo	11	
	Bom	07	
		03	

	Regular		
	Insuficiente ou não atendeu	00	
Total Repertório			15

11.25.1.9. Para fins desta planilha considerar os seguintes parâmetros:

11.25.1.10. Observar item 11.4.6.

11.25.1.11. Excelente = Atendeu de 81% a 100%;

11.25.1.12. Ótimo = Atendeu de 61% a 80%;

11.25.1.13. Bom = Atendeu de 41% a 60%;

11.25.1.14. Regular = Atendeu de 21% a 40%;

11.25.1.15. insuficiente ou não atendeu = atendeu até 20%.

11.25.1.16. Conforme disposto no item 11.7, as notas atribuídas deverão obedecer a intervalos de 0,5 (meio) ponto.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS TÉCNICOS

Quesito: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação			
Subquesito	Análise da Qualificação	Nota	Pontuação Máxima por Tópico
Caso 1: Solução de Desafios De Comunicação	Excelente	05	05
	Ótimo	04	
	Bom	03	
	Regular	02	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
Caso 2: Solução de Desafios De Comunicação	Excelente	05	05
	Ótimo	04	
	Bom	03	
	Regular	02	
	Insuficiente ou não atendeu	00	
TOTAL RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO			10

11.25.1.17. Para fins desta planilha considerar os seguintes parâmetros:

11.25.1.18. Excelente = Atendeu de 81% a 100%;

11.25.1.19. Ótimo = Atendeu de 61% a 80%;

11.25.1.20. Bom = Atendeu de 41% a 60%;

- 11.25.1.21. Regular = Atendeu de 21% a 40%;
- 11.25.1.22. insuficiente ou não atendeu = atendeu até 20%.
- 11.25.1.23. Conforme disposto no item 11.8, as notas atribuídas deverão obedecer a intervalos de 0,5 (meio) ponto.

12. DA PROPOSTA DE PREÇO

- 12.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:
- 12.1.1. apresentada em papel que identifique a licitante,
- 12.1.2. ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- 12.1.3. assinada nos documentos, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- 12.1.4. elaborada em dois documentos distintos, PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO e DECLARAÇÃO SOBRE REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS E DIREITOS AUTORIAIS conforme descrito nos subitens 12.2 e 12.3;
- 12.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos à Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo anexo.
- 12.3. A licitante deverá entregar declaração, conforme o modelo Planilha DECLARAÇÃO SOBRE REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS E DIREITOS AUTORIAIS do edital, em que:
- 12.3.1. comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Badesul as vantagens obtidas.
- 12.3.2. informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na cláusula Propriedade Intelectual e Direito Autoral da minuta de contrato anexa ao edital.
- 12.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência da contratação, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13. DO VALOR MÁXIMO ACEITÁVEL DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

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

13.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

13.4. Não será aceito:

13.5. desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do sindicato das agências de propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

13.6. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

13.7. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

13.8. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11, da lei 4.680/65;

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

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

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

13.12.

Desconto/Honorários	Pontos (P)
----------------------------	-------------------

Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 13.5	$P1 = 1,0 \times \text{desconto}$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 13.6	$P2 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 13.7	$P3 = 0,05 \times (0,05 - \text{honorários})$
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 13.8	$P4 = 0,05 \times (10,05 - \text{honorários})$

13.13. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 13.10, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$. Para fins de apuração das notas de cada Proposta de Preços, serão consideradas 4 casas decimais.

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

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

13.15.1. o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

13.15.2. o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

13.15.3. o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

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

14. DO PREÇO

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

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

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

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

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

14.3. Os honorários previstos nos subitens 14.1.1 a 14.1.3 do item 14.1. desta cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado.

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

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

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

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

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

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

15. DO DESCONTO DE AGÊNCIA

15.1. Além da remuneração prevista em DO PREÇO, 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.

15.2. O desconto de que trata o item 15.1 é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do Badesul, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

15.3. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto na Cláusula Do Pagamento, a CONTRATADA repassará ao Badesul, sob a forma de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

16. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

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

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

17. DO PAGAMENTO

17.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pelo BADESUL e pela SECOM, por meio do Comitê Estadual de Publicidade, de Eventos e de Patrocínios, na forma prevista no Decreto nº54.870/2019 e na Portaria nº 11/2020 - SECOM, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome do BADESUL, CNPJ nº 02.885.855/0001-72 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 da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso.

17.1.1. 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 aos respectivos Fiscais do Contrato da BADESUL, nos endereços constantes no subitem 17.10.3.

17.1.2. O respectivo Fiscal do Contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

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

I -serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes.

II -serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança, da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso II do subitem 0.

17.2.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 17.2.

17.2.2. Na ocorrência de falha local em programação em TV aberta, rede nacional, além das providências previstas na alínea 'd' do

subitem 17.2, a CONTRATADA deverá apresentar documento da emissora com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

17.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos pelo BADESUL, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à BADESUL, e atestados no processo.

17.3. O pagamento das despesas será feito mediante a apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, previstos no subitem 17.2, da seguinte maneira:

I - intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores e execução de serviços internos: em até 30 (trinta) dias após o mês de execução do serviço;

II - produção e execução técnica de peça e ou material: em até 30 (trinta) dias após o mês de produção ou execução do serviço;

III - planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato: em até 30 (trinta) dias após o mês de execução do serviço;

IV - criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: em até 30 (trinta) dias após o mês de execução do serviço;

V - veiculação: em até 30 (trinta) dias após o mês de veiculação.

17.4. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 17.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o BADESUL, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 24.31 ou 24.32 da Cláusula Das Obrigações da Contratada, perante o BADESUL, a impossibilidade de fazê-lo.

17.4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 24.31 ou 24.32 da Cláusula Das obrigações da Contratada, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar :

I - TV, Rádio e Cinema: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome

completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa à declaração prevista no inciso I deste subitem, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista no inciso I deste subitem, em conjunto, contenham as informações previstas no inciso I deste subitem;

I.2) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

II - Mídia Exterior:

II.1 - 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;

II.2 - Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

17.4.2. As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 17.4.1 serão estabelecidas formalmente pelo BADESUL, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

17.5. Antes da efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço -FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social -CND, 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, certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, bem como Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, por força do disposto na Lei Federal nº 12.244, de 7 de julho de 2011.

17.5.1. As certidões referentes à dívida ativa da União e tributos e contribuições federais poderão ser apresentadas nos termos da Portaria Conjunta PGFN/RFB 1751/14, publicada no DOU de 03/10/14 ou outra que vier a substituir.

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

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

17.7. Os valores do presente contrato não pagos na data prevista serão corrigidos até a data do efetivo pagamento, pro-rata die, pelo Índice Geral de Preços -Mercado/IGP-M positivo, da Fundação Getúlio Vargas.

17.7.1. O BADESUL 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.

17.7.2. O BADESUL, após recebida a documentação da CONTRATADA relativa aos pagamentos dos serviços, deverá se manifestar sobre a conformidade ou não dos mesmos em até 05 (cinco) dias úteis e em havendo conformidade deverá efetuar os pagamentos nos prazos previstos no subitem 17.3, sendo que o descumprimento deste prazo acarretará a correção prevista no subitem 17.8.

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

17.9. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do BADESUL pela agência bancária pagadora.

17.9.1. A CONTRATADA informará ao BADESUL os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo BADESUL e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

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

17.10.1. O não cumprimento do disposto nos subitens 17.9 e 17.9.1 ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

17.10.3. Os documentos para comprovação e efetivação do pagamento deverão ser enviados fisicamente para Assessoria de Comunicação e Marketing do Badesul (Av. Gen. Andrade Neves, 175, Centro, Porto Alegre) e digitalmente para badesul.marketing@badesul.com.br. Não será considerada a nota fiscal encaminhada por qualquer outro meio.

17.11. O documento fiscal deverá ser do estabelecimento que apresentou a proposta vencedora da licitação e, nos casos em que a emissão for de outro estabelecimento da empresa, o documento deverá vir acompanhado das certidões negativas relativas à regularidade fiscal.

17.12. Quando o documento for de outro estabelecimento localizado fora do Estado, será exigida também certidão negativa relativa à Regularidade Fiscal junto à Fazenda Estadual do Rio Grande do Sul independentemente da localização da sede ou filial do licitante.

17.13. A protocolização somente poderá ser feita após a prestação dos serviços por parte do Contratado.

17.14. O pagamento será efetuado por serviço efetivamente prestado e aceito.

17.15. A glosa do pagamento durante a execução contratual, sem prejuízo das sanções cabíveis, só deverá ocorrer quando o contratado:

17.15.1. não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar as atividades com a qualidade mínima exigida no contrato; ou

17.15.2. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

17.16. Caso o serviço não seja prestado fielmente e/ou apresente alguma incorreção será considerado como não aceito e o prazo de pagamento será contado a partir da data de regularização.

17.17. Na fase da liquidação da despesa, deverá ser efetuada consulta ao CADIN/RS para fins de comprovação do cumprimento da relação contratual estabelecida nos termos do disposto no artigo 69, inciso IX, da Lei nº. 13.303, de 30 de junho de 2016;

17.18. Constatando-se situação de irregularidade do contratado junto ao CADIN/RS, será providenciada sua advertência, por escrito, para que, no prazo de 15 (quinze) dias, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa.

17.19. Persistindo a irregularidade, o Badesul poderá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à contratada a ampla defesa.

17.20. Os pagamentos a serem efetuados em favor do contratado, quando couber, estarão sujeitos à retenção, na fonte, dos seguintes tributos:

17.20.1. Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas - IRPJ, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL, Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, e Contribuição para os Programas de Integração social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP, na forma da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, conforme determina o art. 64 da Lei federal nº 9.430/1996;

17.20.2. Contribuição Previdenciária, correspondente a onze por cento, na forma da Instrução Normativa RFB nº 971, de 13 de novembro de 2009, conforme determina a Lei federal nº 8.212/1991;

17.20.3. Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN, na forma da Lei Complementar federal nº 116/2003, combinada com a legislação municipal e/ou distrital sobre o tema.

17.21. As empresas dispensadas de retenções deverão entregar declaração, anexa ao documento de cobrança, em duas vias, assinadas pelo representante legal, além de informar sua condição no documento fiscal, inclusive o enquadramento legal.

17.22. O Badesul poderá reter do valor da fatura do contratado a importância devida, até a regularização de suas obrigações contratuais.

18. DOS PRAZOS

18.1. O prazo de duração do contrato é de 60 (sessenta) meses, contados da sua celebração.

18.2. O prazo de duração do contrato pode ser prorrogado por interesse das partes até o limite de 60 (sessenta) meses, desde que haja autorização formal da autoridade competente e observados os seguintes requisitos:

18.3. os serviços tenham sido prestados regularmente;

18.4. o Badesul mantenha interesse na realização do serviço;

18.5. o valor do contrato permaneça economicamente vantajoso para o Badesul;

18.6. Os custos não renováveis já pagos ou amortizados no primeiro ano do contrato deverão ser eliminados.

18.7. O contratado não tem direito subjetivo a prorrogação contratual.

19. DA FISCALIZAÇÃO

19.1. O titular e o substituto da fiscalização serão designados, mediante termo formal a ser emitido pelo Gestor do Contrato, por meio do Documento denominado Ato de Designação de Fiscal Técnico, anexo ao Processo, sendo estes encarregados de conferir o andamento das atividades e de corrigir desvios ou apontar eventuais irregularidades.

19.2. Sempre que solicitados pela fiscalização e de forma a dirimir dúvidas devidamente fundamentadas, serão realizados pela CONTRATADA, sem ônus adicionais, relatórios, documentos, laudos para esclarecer ou informar sobre problemas e soluções na execução dos serviços.

19.3. A fiscalização comunicará à contratada as providências necessárias para sanar eventuais problemas detectados na execução dos serviços. Porém, a ausência de manifestação escrita da fiscalização quando da ocorrência de falhas, não exime a contratada, em nenhuma hipótese, da responsabilidade de corrigi-las.

19.4. Qualquer fiscalização exercida pelo Badesul será feita em seu exclusivo interesse e não implicará corresponsabilidade pela prestação dos serviços contratados, sem que assista direito à CONTRATADA, eximir-se de suas obrigações pela fiscalização e perfeita execução dos serviços;

19.5. A fiscalização do Badesul verificará a qualidade da prestação dos serviços, podendo exigir substituições ou reelaboração das atividades, quando não atenderem aos termos do objeto contratado, sem qualquer indenização pelos custos daí decorrentes.

20. DO GESTOR DIRETO DO CONTRATO

O Gestor do contrato pelo Badesul, a quem caberão os controles sobre as normas, cumprimento das cláusulas contratuais e gerenciamento das dúvidas

ou de questões técnicas surgidas no decorrer da prestação dos serviços do Contrato, será o Assessor de Comunicação e Marketing.

21. DA GARANTIA DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

21.1. A garantia poderá ser apresentada em uma das seguintes modalidades:

21.2. Caução em dinheiro ou Título da Dívida Pública, devendo este ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

21.3. Seguro-garantia;

21.4. Fiança bancária, conforme modelo em anexo.

21.5. No caso de Apólice de Seguro Garantia a mesma deverá incluir, obrigatoriamente, a cobertura para a execução do contrato, bem como de todas as obrigações contratuais assumidas, inclusive, obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais e ainda possíveis penalidades, tais como multas de caráter punitivo.

21.6. O Contratado, no prazo de até 10 (dez) dias a contar da assinatura do contrato, prestará garantia no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total contratado, que será liberada após a execução do objeto da avença.

21.7. O prazo para apresentação da garantia poderá ser prorrogado por igual período a critério do Badesul.

21.8. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia, inclusive dos previstos nos itens 21.14 e 21.24, acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

21.9. O atraso na apresentação da garantia autoriza a Administração a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas.

21.10. O número do contrato deverá constar dos instrumentos de garantia a serem apresentados pelo garantidor.

21.11. Quando da abertura de processos para eventual aplicação de penalidade, a fiscalização do contrato deverá comunicar o fato à entidade garantidora paralelamente às comunicações de solicitação de defesa prévia ao contratado, bem como as decisões finais da instância administrativa.

21.12. A entidade garantidora não é parte interessada para figurar em processo administrativo instaurado pelo Badesul com o objetivo de apurar prejuízos e/ou aplicar sanções ao contratado.

21.13. A validade da garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, deverá abranger um período de mais 3 (três) meses após o término da vigência contratual.

21.14. A garantia deverá ser integralizada no prazo máximo de 10 (dez) dias, sempre que dela forem deduzidos quaisquer valores ou quando houver alteração para acréscimo de objeto.

21.15. Qualquer que seja a modalidade escolhida, a garantia assegurará o pagamento de:

21.16. Prejuízo advindo do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

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

21.18. As multas moratórias e punitivas aplicadas pelo Badesul ao contratado;

21.19. A garantia em dinheiro poderá ser efetuada em favor do Badesul, em conta bancária específica com atualização monetária.

21.20. No caso de alteração do valor do contrato, ou prorrogação de sua vigência, a garantia deverá ser ajustada à nova situação ou renovada, no prazo máximo de 10 (dez) dias, seguindo os mesmos parâmetros utilizados quando da contratação.

21.21. O Badesul fica autorizado a utilizar a garantia para corrigir quaisquer imperfeições na execução do objeto do contrato ou para reparar danos decorrentes da ação ou omissão do contratado, de seu preposto ou de quem em seu nome agir.

21.22. A autorização contida neste subitem é extensiva aos casos de multas aplicadas depois de esgotado o prazo recursal.

21.23. A garantia prestada será retida definitivamente, integralmente ou pelo saldo que apresentar, no caso de rescisão por culpa do contratado, sem prejuízo das sanções cabíveis.

21.24. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data em que for notificado.

21.25. O Badesul não executará a garantia na ocorrência de uma ou mais das seguintes hipóteses:

21.26. Caso fortuito ou força maior;

21.27. Alteração, sem prévia anuência da entidade garantidora, das obrigações contratuais;

21.28. Descumprimento das obrigações pelo contratado decorrentes de atos ou fatos praticados pela Administração;

21.29. Atos ilícitos dolosos praticados por servidores da Administração.

21.30. Caberá à própria Administração apurar a isenção da responsabilidade prevista nos itens 21.28 e 21.29 do item anterior, não sendo a entidade garantidora parte no processo instaurado pela Administração.

21.31. Para efeitos da execução da garantia, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pelo Badesul ao contratado e/ou à entidade garantidora, no prazo de até 3 (três) meses após o término de vigência do contrato.

21.32. Não serão aceitas garantias que incluam outras isenções de responsabilidade que não as previstas neste Edital.

21.33. Será considerada extinta a garantia:

21.34. Com a devolução da apólice, título da dívida pública, carta de fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do Badesul, mediante termo circunstanciado, de que o contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato;

21.35. No prazo de 03 (três) meses após o término da vigência do contrato, exceto quando ocorrer comunicação de sinistros, por parte da Administração, devendo o prazo ser ampliado de acordo com os termos da comunicação.

21.36. A CONTRATADA é responsável pelos danos causados diretamente à Badesul ou a terceiros, na forma do art. 76 da Lei nº. 13.303/2016.

22. DA GARANTIA DOS SERVIÇOS

22.1. O prazo de garantia dos serviços obedecerá ao disposto no Código de Defesa do Consumidor e na Lei nº. 13.303/2016.

23. DAS OBRIGAÇÕES

23.1. As partes devem cumprir fielmente as cláusulas avençadas neste contrato, respondendo pelas consequências de sua inexecução parcial ou total.

24. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

24.1. Executar os serviços conforme especificações contidas no Projeto Básico e de sua proposta, com a alocação dos empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais, além de fornecer os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários previstos.

24.2. Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor.

24.3. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados.

24.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, ficando o Badesul autorizado a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos ao contratado, o valor correspondente aos danos sofridos.

24.5. Apresentar os empregados devidamente uniformizados e identificados por meio de crachá, além de provê-los com os Equipamentos de Proteção Individual - EPI, quando for o caso.

24.6. Apresentar ao Badesul, quando for o caso, a relação nominal dos empregados que adentrarão o órgão para a execução do serviço.

24.7. Atender às solicitações do Badesul quanto à substituição dos empregados alocados, no prazo fixado pela administração, nos casos em que ficar constatado descumprimento das obrigações relativas à execução do serviço.

24.8. Orientar seus empregados quanto à necessidade de acatar as normas internas da Administração.

24.9. Orientar seus empregados a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas pelo contrato.

24.10. Responder nos prazos legais, em relação aos seus empregados, por todas as despesas decorrentes da execução do serviço e por outras correlatas, tais como salários, seguros de acidentes, indenizações, tributos, vale- refeição, vale-transporte, uniformes, crachás e outras que venham a ser criadas e exigidas pelo Poder Público.

24.11. Fiscalizar regularmente os seus empregados designados para a prestação do serviço, a fim de verificar as condições de execução.

24.12. Comunicar ao Badesul qualquer anormalidade constatada e prestar os esclarecimentos solicitados.

24.13. Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração cometida por seus empregados quando da execução do serviço objeto deste contrato.

24.14. Realizar os treinamentos que se fizerem necessários para o bom desempenho das atribuições de seus empregados.

24.15. Treinar seus empregados quanto aos princípios básicos de postura no ambiente de trabalho, tratamento de informações recebidas e manutenção de sigilo, comportamento perante situações de risco e atitudes para evitar atritos com servidores, colaboradores e visitantes do órgão.

24.16. Coordenar e supervisionar a execução dos serviços contratados.

24.17. Administrar todo e qualquer assunto relativo aos seus empregados.

24.18. Assumir todas as responsabilidades e tomar as medidas necessárias ao atendimento dos seus empregados acidentados ou acometidos de mal súbito.

24.19. Instruir seus empregados quanto à prevenção de acidentes e de incêndios.

24.20. Responsabilizar-se por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias, comerciais e as demais previstas na legislação específica, cuja inadimplência não transfere responsabilidade ao Badesul.

24.21. Relatar ao Badesul toda e qualquer irregularidade verificada no decorrer da prestação dos serviços.

24.22. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de 14 anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.

24.23. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento ao objeto da licitação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 81 da Lei 13.303/16.

24.24. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato.

24.25. O Contratado deverá, se for o caso, apresentar Programa de Integridade, nos termos da Lei Estadual nº 15.228, de 25 de setembro de 2018 e do seu Regulamento.

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

24.27. Executar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo BADESUL.

24.28. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os

profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo BADESUL, mantendo toda a documentação exigida pela legislação vigente junto ao local de execução dos serviços, tais como contrato de trabalho regularizado, termo de registro de emprego (ficha do Ministério do Trabalho), cartão ponto e outros;

24.29. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais, junto a fornecedores e veículos de comunicação, transferindo ao BADESUL as vantagens obtidas.

24.30. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes na cláusula dos direitos autorais, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do BADESUL.

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

24.32. Apresentar ao BADESUL, como alternativa ao item 24.31, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

24.33. O estudo de que trata o item 24.32 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do BADESUL, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

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

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

24.36. Internet e mídia impressa: arquivos em alta resolução e abertos, que possibilitem manipulação, nos formatos PSD, AI, INDD ou EPS, e versão para

visualização, nos formatos PDF, JPEG ou PNG.

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

24.38. Manter, durante o período de, no mínimo, cinco anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no 24.34.

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

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

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

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

24.43. 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.

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

24.45. 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

24.58. Responder por todo e qualquer dano que causar ao Badesul ou a terceiros praticado por seus prepostos, empregados ou mandatários, inclusive os de decisões judiciais, assegurando ao Badesul o direito de regresso,

eximindo o Badesul de qualquer solidariedade ou responsabilidade;

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

24.60. Pagar aos fornecedores e veículos, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo Badesul.

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

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

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

24.64. Com relação aos relatórios, a CONTRATADA deverá:

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

24.66. Apresentar ao Badesul relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 (dez) do mês subsequente ao do pagamento.

24.67. Entregar, ao término de cada campanha realizada, independentemente dos meios de veiculação utilizados, um relatório final em formato PPTX, nos templates fornecidos pelo Badesul, contendo o resgate do briefing, período de veiculação, estratégia de mídia, print ou roteiros das principais peças publicitárias, mensuração de impactos, sugestões e críticas.

24.68. Nos casos de campanhas digitais, principalmente com utilização de mídia programática, a CONTRATADA deverá disponibilizar relatórios (preferencialmente dashboards – permitindo exportação em CSV) que permitam o monitoramento das campanhas durante a execução, possibilitando correções de rota.

24.69. A CONTRATADA deverá fornecer as informações requeridas pelo Badesul, customizando os relatórios correspondentes de acordo com as especificações fornecidas e de forma adequada aos sistemas e programas de dados utilizados pelo Badesul.

24.70. A CONTRATADA deverá realizar Pesquisa de Avaliação de Resultados, com o objetivo de verificar a performance dos Indicadores de Comunicação e

demais elementos técnicos de cada campanha, a ser realizada por instituto de pesquisa, e custeada integralmente pela CONTRATADA.

24.71. A pesquisa referida terá os seguintes parâmetros:

24.72. O Badesul terá direito a solicitar a realização de 1 (uma) pesquisa de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma, de acordo com sua conveniência;

24.73. Tal direito não poderá ser transferido ou acumulado para campanhas futuras, salvo manifesta concordância da agência;

24.74. Serão escolhidas até 10 (dez) praças para realização das pesquisas a cada campanha, de acordo com a necessidade do Badesul;

24.75. A metodologia a ser utilizada na pesquisa de avaliação de resultados é a quantitativa, com a realização de entrevistas face a face, respeitando o limite máximo de 2.000 (duas mil) entrevistas no total;

24.76. As entrevistas face a face poderão ser substituídas por outras técnicas de pesquisa, a critério do Badesul, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas.

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

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

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

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

25. DAS OBRIGAÇÕES DO BADESUL

25.1. Exercer o acompanhamento e a fiscalização do objeto, por empregados designados para esse fim, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à Autoridade Administrativa para as providências cabíveis;

25.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA, de acordo com as cláusulas contratuais;

25.3. Notificar a CONTRATADA por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições no curso da execução do objeto, fixando prazo para a sua correção;

25.4. Pagar à CONTRATADA o valor resultante da prestação do objeto, no prazo e condições estabelecidas neste contrato;

25.5. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da fatura de serviços da CONTRATADA, nos termos da legislação vigente.

26. DO RECEBIMENTO DO OBJETO

26.1. Os serviços, caso estejam de acordo com as especificações do Edital, serão recebidos:

26.2. Provisoriamente, para efeito de posterior verificação da conformidade do serviço com as especificações; e

26.3. Definitivamente, após verificação da qualidade e quantidade dos serviços e material, quando for o caso, e consequente aceitação.

26.4. A aceitação do objeto não exclui a responsabilidade civil, por vícios de forma, quantidade, qualidade ou técnicos ou por desacordo com as correspondentes especificações, verificadas posteriormente.

26.5. O serviço e/ou material recusado será considerado como não prestado ou entregue.

26.6. Os custos de retirada e devolução dos materiais recusados, quando inclusos no objeto, bem como quaisquer outras despesas decorrentes, correrão por conta da CONTRATADA.

26.7. O serviço deverá ser prestado nos locais indicados no Projeto Básico.

27. DA CONDUTA ÉTICA DO BADESUL E DO BADESUL

27.1. A CONTRATADA e o Badesul comprometem-se a manter a integridade nas relações público-privadas, agindo de boa-fé e de acordo com os princípios da moralidade administrativa e da impessoalidade, além de pautar sua conduta por preceitos éticos e, em especial, por sua responsabilidade socioambiental.

27.2. Em atendimento ao disposto no caput desta Cláusula, a CONTRATADA obriga-se, inclusive, a:

27.3. não oferecer, prometer, dar, autorizar, solicitar ou aceitar, direta ou

indiretamente, qualquer vantagem indevida, seja pecuniária ou de outra natureza, consistente em fraude, ato de corrupção ou qualquer outra violação de dever legal, relacionada com este Contrato, bem como a tomar todas as medidas ao seu alcance para impedir administradores, empregados, agentes, representantes, fornecedores, contratados ou subcontratados, seus ou de suas controladas, de fazê-lo;

27.4. impedir o favorecimento ou a participação de empregado ou dirigente do Badesul na execução do objeto do presente Contrato;

27.5. providenciar para que não sejam alocados, na execução do objeto do contrato, familiares de dirigente ou empregado do Badesul, considerando-se familiar o cônjuge, o companheiro ou o parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau;

27.6. observar o Código de Ética do Badesul vigente ao tempo da contratação, bem como a Política de Conduta e de Integridade das Licitações e Contratos Administrativos do Badesul e a Política Corporativa Anticorrupção do Badesul, assegurando-se de que seus representantes, administradores e todos os profissionais envolvidos na execução do objeto pautem seu comportamento e sua atuação pelos princípios neles constantes; e adotar, na execução do objeto do contrato, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.

27.7. Verificada uma das situações mencionadas nos 27.3 e 27.4 desta Cláusula, compete a CONTRATADA afastar imediatamente da execução do Contrato os agentes que impliquem a ocorrência dos impedimentos e favorecimentos aludidos, além de comunicar tal fato ao Badesul, sem prejuízo de apuração de sua responsabilidade, caso tenha agido de má-fé.

27.8. A CONTRATADA declara ter conhecimento do Código de Ética do Badesul, bem como da Política de Conduta e de Integridade das Licitações e Contratos Administrativos do Badesul e da Política Corporativa Anticorrupção do Badesul, que poderão ser consultados por intermédio do sítio eletrônico www.Badesul.com.br ou requisitados ao Gestor do Contrato.

27.9. Eventuais irregularidades ou descumprimentos das normas internas do Badesul ou da legislação vigente podem ser denunciados à Ouvidoria por qualquer cidadão através dos seguintes canais: e-mail: ouvidoria@Badesul.com.br; e telefone (08006425800).

28. DAS SANÇÕES

28.1. Sem prejuízo da faculdade de rescisão contratual, o Badesul poderá aplicar sanções de natureza moratória e punitiva ao contratado, diante do não

cumprimento das cláusulas contratuais.

28.2. Com fundamento na Lei 13.303/2016 e Regulamento Interno de Licitações ficará impedida de licitar e contratar com o Badesul, pelo prazo de até 2 (dois) anos, garantida a ampla defesa, sem prejuízo da rescisão do contrato e da aplicação de multa, o contratado que:

28.3. apresentar documentação falsa;

28.4. ensejar o retardamento da execução de seu objeto;

28.5. falhar na execução do contrato;

28.6. fraudar a execução do contrato;

28.7. comportar-se de modo inidôneo;

28.8. cometer fraude fiscal.

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

28.10. deixar de iniciar, sem causa justificada, a execução do contrato após 7 (sete) dias contados da data da ordem de serviço ou assinatura do contrato;

28.11. deixar de realizar, sem causa justificada, os serviços definidos no contrato por 3 (três) dias seguidos ou por 10 (dez) dias intercalados.

28.12. A falha na execução do contrato estará configurada quando o contratado descumprir as obrigações e cláusulas contratuais, cuja dosimetria será aferida pela autoridade competente, de acordo com o que preceitua o item

28.13. Para os fins do item 28.7 reputar-se-ão inidôneos atos tais como os descritos nos arts. 337-F, 337-I, 337-J, 337-K, 337-L e no art. 337-M, §§ 1º e 2º, do Capítulo II-B, do Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal).

28.14. O contratado que cometer qualquer das infrações discriminadas no item 28.2 ficará sujeito, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, às seguintes sanções:

28.15. multa:

28.16. compensatória de até 10% sobre o valor total atualizado do contrato nos casos de inexecução, execução imperfeita ou em desacordo com as especificações e negligência na execução do objeto contratado, e nos casos de descumprimento de cláusula contratual ou norma de legislação pertinente;

28.17. moratória de até 0,5% por dia de atraso injustificado sobre o valor da contratação, até o limite de 30 dias.

28.17.1. impedimento de licitar e de contratar com o Badesul, pelo prazo de até dois anos.

28.18. As multas compensatórias e moratória poderão ser aplicadas

cumulativamente, sem prejuízo da aplicação da sanção de impedimento de licitar e de contratar com o Badesul.

28.19. As sanções decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladamente ou, no caso das multas, cumulativamente, sem prejuízo da cobrança de perdas e danos que venham a ser causados ao interesse público e da possibilidade da rescisão contratual.

28.20. A multa dobrará a cada caso de reincidência, não podendo ultrapassar a 30% (trinta por cento) do valor do contrato.

28.21. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa, observando-se o procedimento previsto na Lei federal nº 13.303/2016 e Regulamentos Interno de Licitações do Badesul.

28.22. O valor da multa poderá ser descontado das faturas devidas ao contratado.

28.23. Se o valor a ser pago ao contratado não for suficiente para cobrir o valor da multa, a diferença será descontada da garantia contratual, se houver.

28.24. Se os valores das faturas e da garantia forem insuficientes, fica a contratado obrigada a recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contados da comunicação oficial.

28.24.1. Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pelo contratado ao Badesul, o débito será encaminhado para cobrança judicial.

28.24.2. Caso o valor da garantia seja utilizado no todo ou em parte para o pagamento da multa, essa deve ser complementada no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contado da solicitação do Badesul.

28.25. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

28.26. A aplicação de sanções não exime a contratada da obrigação de reparar os danos, perdas ou prejuízos que venha a causar ao ente público.

28.27. As sanções previstas neste item não elidem a aplicação das penalidades estabelecidas na Lei federal nº 12.846/2013, conforme o disposto no seu art. 30 ou nos arts. 337-E a 337-P, Capítulo II-B, do Título XI da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal).

29. PROPRIEDADE INTELECTUAL E DIREITO AUTORAL

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

29.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas do Preço e do Desconto deste contrato,

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

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

29.5. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo Badesul, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos itens 29.6 a 29.7.

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

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

29.8. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 29.6 e 29.7, o valor a ser pago pelo Badesul será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

29.9. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos

patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

29.10. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra (s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

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

29.12. Que o Badesul poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de cinco anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido;

29.13. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao Badesul, 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.

29.14. Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

29.15. DO SIGILO DAS INFORMAÇÕES

29.16. Caso a CONTRATADA venha a ter acesso a dados, materiais, documentos e informações de natureza sigilosa, direta ou indiretamente, em decorrência da execução do objeto contratual, deverá manter o sigilo deles, bem como orientar os profissionais envolvidos a cumprir esta obrigação, respeitando-se as diretrizes e normas da Política Corporativa de Segurança da Informação Badesul.

29.17. Cabe à CONTRATADA cumprir as seguintes regras de sigilo e assegurar a aceitação e adesão às mesmas por profissionais que integrem ou venham a integrar a sua equipe na prestação do objeto deste Contrato, as quais perdurarão, inclusive, após a cessação do vínculo contratual e da prestação dos serviços:

29.18. cumprir as diretrizes e normas da Política de Segurança da Informação do Badesul, necessárias para assegurar a integridade e o sigilo das informações;

29.19. não acessar informações sigilosas do Badesul, salvo quando previamente autorizado por escrito;

29.20. sempre que tiver acesso às informações mencionadas no inciso anterior:

29.21. manter sigilo dessas informações, não podendo copiá-las, reproduzi-

las, retê-las ou praticar qualquer outra forma de uso que não seja imprescindível para a adequada prestação do objeto deste Contrato;

29.22. limitar o acesso às informações aos profissionais envolvidos na prestação dos serviços objeto deste Contrato, os quais deverão estar cientes da natureza sigilosa das informações e das obrigações e responsabilidades decorrentes do uso dessas informações; e

29.23. informar imediatamente ao Badesul qualquer violação das regras de sigilo ora estabelecidas que tenha ocorrido por sua ação ou omissão, independentemente da existência de dolo, bem como dos profissionais envolvidos, adotando todas as orientações do Badesul para remediar a violação;

29.24. entregar ao Badesul, ao término da vigência deste Contrato, todo e qualquer material de propriedade deste, inclusive notas pessoais envolvendo matéria sigilosa e registro de documentos de qualquer natureza que tenham sido criados, usados ou mantidos sob seu controle ou posse, assumindo o compromisso de não utilizar qualquer informação sigilosa a que teve acesso no âmbito deste Contrato;

29.25. quando e se assim o Badesul entender necessário, assinar Termos de Confidencialidade a ser disponibilizado pelo Badesul, devendo nesse caso ser firmado pelo representante legal da CONTRATADA e pelos profissionais que acessarão informações sigilosas; quando necessária a assinatura de Termo de Confidenciabilidade, esse deverá ser assinado pelos profissionais substitutos.

30. DA UTILIZAÇÃO DO NOME OU MARCAS DO BADESUL

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

31. DO VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

31.1. O orçamento estimado para investimentos em publicidade a cada 12 (doze) meses para o Badesul é de aproximadamente R\$ 1.000.000,00 (hum milhão reais) e corresponde à expectativa de despesas com o contrato resultante do processo licitatório, ora proposto, no período de sua vigência.

32. DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

32.1. Fica estabelecida a exigência do Programa de Integridade à CONTRATADA de acordo com a Lei 15.228/2018 de 25 de Setembro de 2018 capítulo VIII.

32.2. O Programa de Integridade consiste, no âmbito da CONTRATADA, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a Administração Pública Estadual.

32.3. O Programa de Integridade deve ser estruturado, aplicado e atualizado de acordo com as características e riscos atuais das atividades da CONTRATADA, a qual, por sua vez, deve garantir o constante aprimoramento e adaptação do referido programa, visando a garantir a sua efetividade.

32.4. A implantação do Programa de Integridade, no âmbito da pessoa jurídica, correrá às suas expensas e dar-se-á no prazo de 180 (cento e oitenta) dias corridos, a partir da data de celebração do contrato.

32.5. Pelo descumprimento da exigência prevista no art. 37 da Lei 15.228/2018, a Administração Pública Estadual aplicará à empresa contratada multa de 0,02% (dois centésimos por cento), por dia, incidente sobre o valor do contrato.

32.6. O montante correspondente à soma dos valores básicos das multas moratórias será limitado a 10% (dez por cento) do valor do contrato.

32.7. O cumprimento da exigência da implantação fará cessar a aplicação da multa.

32.8. O cumprimento da exigência da implantação não implicará ressarcimento das multas aplicadas.

32.9. O não cumprimento da exigência prevista no art. 37 da Lei 15.228/2018, durante o período contratual, acarretará a impossibilidade de nova contratação da empresa com o Estado do Rio Grande do Sul até a sua regular situação, bem como a sua inscrição junto ao Cadastro Informativo das pendências perante órgãos e entidades da Administração Pública Estadual - CADIN/RS, de que trata a Lei nº 10.697, de 12 de janeiro de 1996.

33. DA ANTICORRUPÇÃO

33.1. As Partes, por si e por seus administradores, diretores, empregados e

agentes, obrigam-se a:

33.2. conduzir suas práticas comerciais de forma ética e em conformidade com os preceitos legais aplicáveis;

33.3. repudiar e não permitir qualquer ação que possa constituir ato lesivo nos termos da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, e legislação correlata;

33.4. dispor ou comprometer-se a implementar, durante a vigência do Contrato quem mantêm, programa de conformidade e treinamento voltado à prevenção e detecção de violações das regras anticorrupção e dos requisitos estabelecidos no Contrato;

33.5. notificar imediatamente a outra Parte se tiver conhecimento ou suspeita de qualquer conduta que constitua ou possa constituir prática de suborno ou corrupção referente à negociação, conclusão ou execução do Contrato, e declaram, neste ato, que não realizaram e nem realizarão qualquer pagamento, nem forneceram ou fornecerão benefícios ou vantagens a quaisquer autoridades governamentais, ou a consultores, representantes, parceiros ou terceiros a elas ligados, com a finalidade de influenciar qualquer ato ou decisão da administração pública ou assegurar qualquer vantagem indevida, obter ou impedir negócios ou auferir qualquer benefício indevido.

34. DAS OBRIGAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS

34.1. As Partes reconhecem a importância e se comprometem por si e por seus colaboradores a respeitar e a contribuir com o cumprimento dos Princípios Constitucionais, dos Direitos e Garantias Fundamentais e dos Direitos Sociais previstos na Constituição Federal, tais como, mas não limitadamente:

34.2. evitar qualquer forma de discriminação; respeitar o meio ambiente;

34.3. repudiar o trabalho escravo e infantil;

34.4. garantir a liberdade de seus colaboradores em se associarem a sindicatos e negociarem coletivamente direitos trabalhistas;

34.5. colaborar para um ambiente de trabalho seguro e saudável;

34.6. evitar o assédio moral e sexual;

34.7. compartilhar este compromisso de Responsabilidade Social na cadeia de fornecedores;

34.8. trabalhar contra a corrupção em todas as suas formas, incluída a extorsão e o suborno.

35. DA PREVENÇÃO A LAVAGEM DE DINHEIRO

35.1. As Partes estão cientes que as pessoas jurídicas se sujeitam à lei brasileira e aos acordos internacionais de prevenção à lavagem de dinheiro e riscos operacionais, mas também às regras e normas de conduta definidas pela Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

35.2. Neste sentido, havendo suspeita de eventual prática ilícita ou em desconformidade com o Contrato, ficará a critério exclusivo da Parte que suspeitar promover a resolução do contrato.

36. DAS OBRIGAÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

36.1. A empresa deverá apresentar declaração de que, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, terá na Grande Porto Alegre/RS estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao Badesul e empresas controladas. A existência de sede ou filial na região metropolitana de Porto Alegre/RS é imprescindível para, quando necessário, o desenvolvimento e apresentação presencial de trabalhos urgentes se as características destes assim exigirem, bem como a procedimentos da etapa de pagamento.

37. DA FORMA DE PARTICIPAÇÃO DE ME/EPP (LEI COMPL. 123/2006, ART. 48, I)

37.1. O valor estimado do lote é inferior a R\$ 80.000,00 por ano?

37.2. (X) NÃO () SIM

37.3. Caso a assertiva acima seja SIM, a realização de processo licitatório será destinada exclusivamente à participação de microempresas e empresas de pequeno porte. Justificativa para a não realização de processo com exclusividade:

ANEXO II

BRIEFING

1. BREVE RESUMO DO ÓRGÃO:

1.1. O Badesul é uma sociedade de economia mista, vinculado à Secretaria Estadual do Desenvolvimento Econômico, que atua oferecendo consultorias e um conjunto de soluções financeiras a longo prazo para microempresas, pequenas, médias, médias-grandes e grandes empresas. Oferece soluções financeiras, objetivando incentivar o desenvolvimento econômico e social do Rio Grande do Sul.

1.2. O Badesul está localizado na rua Gen. Andrade Neves 175, no Centro Histórico, de Porto Alegre. A partir de sua sede atua somente em projetos situados no âmbito territorial do Rio Grande do Sul.

2. HISTÓRIA

2.1. A história do BADESUL DESENVOLVIMENTO S.A. - BADESUL/RS pode ser dividida em três dimensões de tempo.

2.2. A primeira iniciada na década de 70, quando o Badesul de Desenvolvimento do Estado do Rio Grande do Sul S.A. - Badesul foi instituído e abriu suas portas para o financiamento de investimentos na economia gaúcha.

2.3. A segunda, em 1992, quando foi incorporado ao Badesul do Estado do Rio Grande do Sul S.A. - Badesul, que criou em sua estrutura de Badesul múltiplo a Carteira de Desenvolvimento e Investimento - Desin.

2.4. A terceira dimensão temporal inicia em 1998, com a instituição da Caixa Estadual S.A. - Agência de Desenvolvimento, razão social está depois alterada

para Caixa Estadual S.A. Badesul/RS - CaixaRS. Em 2011, a razão social passou a ser Badesul Desenvolvimento S.A. - Badesul/RS, continuando o seu importante curso na história da economia gaúcha.

2.5. Onde houver um empreendimento no Rio Grande do Sul, o Badesul estará à disposição e presente por meio de recursos financeiros para uma parceria confiável. O Badesul atua em prol ao desenvolvimento de todas as regiões do estado atendendo demandas de acordo com a especificidade e necessidade de cada localidade e segmento.

2.6. Pensando no financiamento de projetos que contribuam na produção de energias limpas, inovação, criação de novos produtos, na qualificação e modernização dos setores tradicionais da economia, no avanço de infraestrutura dos municípios, sempre buscando a melhoria da qualidade de vida da população gaúcha e a geração de emprego e renda.

2.7. O Badesul fortalece o apoio a esses e outros segmentos, junto a projetos estratégicos em todas as regiões do Estado. Não se trata apenas de uma nova marca, nem de um mero agente financeiro. É, acima de tudo, uma nova maneira de fomentar o desenvolvimento gaúcho, um parceiro do empreendedor e do investidor.

2.8. O Badesul visa contribuir decisivamente para o desenvolvimento do Rio Grande. Com inovação e sustentabilidade.

3. SETORES ONDE O BADESUL ATUA.

3.1. Setores da Economia Tradicional: agroindústria; automotivo e implementos rodoviários; máquinas e implementos agrícolas; madeira, celulose e móveis; equipamentos para indústria de petróleo e gás; produtos de borracha e material plástico; software; eletroeletrônica e automação; calçados e artefatos.

3.2. Setores da Nova Economia: indústria oceânica e polo naval; reciclagem e despoluição; biocombustíveis, semicondutores, energia eólica, saúde avançada e medicamentos; indústria da criatividade.

3.3. O Badesul também atua com políticas operacionais do setor público com o objetivo de alavancar recursos para atender às demandas de melhorias de qualidade de vida da população dos municípios do Rio Grande do Sul.

3.4. A instituição atua fortemente como indutor do Desenvolvimento Regional:

3.5. Inovação: Fundos de Investimentos, Crowdfunding, Implantação e Expansão de Empreendimentos; Modernização da Indústria; Incubadoras/Aceleradoras Tecnológicas; Startups;

3.6. Municípios - Planejamento Estratégico do Desenvolvimento - Crédito aos Municípios: Segurança, Iluminação Pública; Infraestrutura, Mobilidade

- Urbana, Educação, Saúde, Saneamento, Recuperação de áreas degradadas;
- 3.7. Segmentos Estratégicos: Energias renováveis, Turismo -rotas e clusters, Tecnologia do agronegócio para produção de alimentos, MPEs (micro e pequenas empresas), Investimentos de impacto, Produção Sustentável;
- 3.8. Apoio na Execução de Políticas Governamentais: Braço operacional das políticas de Governo, Fundos Estaduais (Fundopem, Feaper, entre outros), Assessoramento Técnico, Parcerias Público-privadas municipais.
- 3.9. Os produtos e serviços, operados pelo Badesul são aqueles listados a seguir e relacionados com seus públicos relevantes:
- 3.9.1. Crédito Empresarial: Empresas de diversos segmentos;
- 3.9.2. Crédito Público: Prefeituras Municipais;
- 3.9.3. Crédito Rural: Produtores Agropecuários, Agroindústrias;
- 3.9.4. Participações: Fundos de Investimento Privados;
- 3.9.5. Inovação: Startups, Crowdfunding;
- 3.9.6. Serviços: Fundos Públicos Estaduais;

4. AGÊNCIAS DE FOMENTO – CONCEITO E FUNÇÕES

4.1. A Resolução nº 2.828/2001 do Banco Central/CMN regulamenta o funcionamento das agências de fomento. São instituições financeiras não bancárias, sem instrumentos de captação de recursos junto ao público, mas atuando com: recursos próprios, fundos e programas oficiais, orçamentos públicos, organismos e instituições financeiras de desenvolvimento nacionais e internacionais; depósitos interfinanceiros (a operação de micro finanças). O Badesul atua somente no estado do Rio Grande do Sul.

4.2. Fonte de Recursos: Recursos Próprios, BNDES/FINAME, Caixa Econômica Federal, Fungetur, FINEP, Fundos Estaduais (FUNDOPEM, FEAPER, FUNTERRA, FUNPROCRED, FUNAFIR, FOMENTAR, FUNDOLEITE).

5. ÁREAS DE ATUAÇÃO

5.1. Segmento Setor Público

5.1.1. Foco: Municípios e Secretarias Municipais;

5.1.2. Atuação: Gestão de Fundos; Crédito Público; Prestação de Serviço.

5.1.3. De 2019 a 2022 - O Badesul liberou R\$ 366,4 milhões para municípios gaúchos, financiamentos que serviram principalmente para melhoria da infraestrutura dos municípios e contribuíram para a promoção do desenvolvimento regional e da qualidade de vida.

5.2. Segmento Agronegócio

5.2.1. Foco: Médios e Grandes Produtores Rurais:

5.2.2. Atuação: Crédito a investimentos.

De 2019 a 2022 - O Badesul financiou R\$ 517,5 milhões em projetos para irrigação, armazenagem, recuperação de solo e infraestrutura rural. Na Expodireto 2023, importante feira internacional do agronegócio, que ocorre em Não-Me-Toque, no Rio Grande do Sul, o Badesul captou mais de R\$ 839 milhões em propostas de financiamento, superando em mais de 25% os números de 2022. O Badesul, acredita no desenvolvimento aliado à inovação, atua fortemente com financiamentos e investimentos no setor agropecuário – atualmente 30% da carteira está voltada para o setor. A inovação e a sustentabilidade são importantíssimas para instituição. Busca contribuir com a modernização no segmento do agronegócio, objetivando o progresso do Rio Grande do Sul.

5.3. Segmento Empresarial

5.3.1. Foco: Pequena e média empresa;

5.3.2. Atuação: Fundos de Investimentos e Crédito a Investimentos.

5.3.3. De 2019 a 2022 - O Badesul financiou R\$ 1,1 bilhão em projetos para implantação, modernização e ampliação das empresas gaúchas.

6. DECLARAÇÕES ESTRATÉGICAS

6.1. Missão: Promover o desenvolvimento competitivo, regional e setorial da economia gaúcha, atento aos princípios da sustentabilidade e inovação, atuando como agente financeiro e técnico de excelência.

6.2. Visão: Ser agente de fomento, com competência específica e de excelência, capaz de prover soluções estratégicas, financeiras e não financeiras para o desenvolvimento regional e setorial do RS.

6.3. Valores: Atitude proativa, criativa e empreendedora; Geração de valor para os clientes; Transparência, ética e qualidade nos relacionamentos internos e externos; Compromisso com a autossustentabilidade; Valorização da cultura do trabalho com responsabilidade e disciplina; responsabilidade com o que é público; comprometimento no desenvolvimento sustentável do Rio Grande do Sul.

6.4. O Badesul atua com o objetivo de colaborar com o desenvolvimento do Rio Grande do Sul e com a melhoria da qualidade de vida do povo gaúcho. A maior parte do lucro obtido é revertido para novos financiamentos.

6.5. O seu público é composto por empresários de diversos segmentos e de estabelecimentos de diversos tamanhos, empreendedores, produtores rurais, prefeitos, secretários de desenvolvimento dos municípios, produtores rurais, startups, entre outros. O Badesul atende clientes com projetos no Rio Grande do Sul.

7. ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

7.1. O Badesul pretende reforçar o atendimento e efetivar mais negócios nas suas áreas de atuação e ampliar o seu atendimento às médias e pequenas empresas, de forma alinhada com as políticas públicas do Estado.

8. NÚMEROS RECENTES.

8.1. O lucro líquido ao final do ano foi de R\$ 49,5 milhões, confirmando a trajetória positiva dos anos anteriores. No ano de 2022, o Badesul aumentou o seu lucro líquido em 134,4% em relação à 2021, e em relação à 2020, aumentou em 278%.

8.2. É importante ressaltar que esta Agência de Fomento registra resultado líquido positivo em suas demonstrações contábeis pelo sexto ano consecutivo. O lucro líquido em 2021 foi de R\$ 21,1 milhões e em 2020, R\$ 13 milhões.

8.3. O saldo atual de operações ativas do Badesul é de R\$ 2,2 bilhões. Durante o ano de 2022, no âmbito operacional, o Badesul aprovou R\$ 681,3 milhões para o financiamento da economia gaúcha, valor este associado a 1.177 operações, voltadas à realização de novos investimentos, à sustentação de investimentos passados e à subscrição de cotas em fundos de participações. Essas operações de crédito e de capital foram destinadas aos públicos relevantes desta instituição que atuam na geografia rio-grandense, quais sejam, os produtores rurais, as empresas industriais, comerciais e de serviços, micro e pequenas empresas e as prefeituras municipais gaúchas. A instituição desembolsou em 2022 o montante de R\$ 470,3 milhões para financiamento de novos investimentos na economia gaúcha, quanto para sustentação de investimentos antes apoiados, ao que se soma a integralização de R\$ 5,2 milhões em fundos de investimentos em participações. O Badesul também tem a importante responsabilidade como gestor dos Fundos de Desenvolvimento do Estado, trabalhando em 13.727 operações ativas tendo como saldo R\$ 1.7 bilhão. Em 2021, o Badesul desembolsou R\$ 421,4 milhões para financiamento de novos investimentos e para sustentação de investimentos já apoiados, ao que se soma a integralização de R\$ 2,3 milhões em fundos de investimentos em participações. O resultado de 2021 demonstra o crescimento, a importância e o comprometimento do Badesul com o desenvolvimento e o progresso do Rio Grande do Sul, comprova a relevância das suas ações para empresas de todos os tamanhos e nos mais diversos setores, para o desenvolvimento e o progresso do Estado e para a melhoria da qualidade de vida da população.

8.4. O Patrimônio Líquido de R\$ 826,7 milhões, com que esta Agência de Fomento encerrou o exercício de 2022, foi 7,5% superior ao montante de R\$ 769 milhões, registrado no final do exercício de 2021.

9. DESTAQUES OPERACIONAIS

9.1. Destaques Operacionais:

9.2. *Dinamização de Economias de Cidades e Regiões.* As operações de crédito desembolsadas pelo Badesul à realização de investimentos em 2022 também atenderam ao propósito de apoiar as regiões da geografia rio-grandense, o que se comprova pela tabela que se segue, a qual apresenta as 10 (dez) principais regiões apoiadas.

9.3. Desembolsos por principais Regiões dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento Apoiadas pelo Badesul:

10.Região do COREDE	Principal Município	Valores em R\$ mil	
		2022	2021
MISSÕES	SANTO ÂNGELO	68.608	52.897
HORTENSÍAS	NOVA PETRÓPOLIS	47.758	39.808
VALE DO CAÍ	MONTENEGRO	39.409	33.767
FRONTEIRA OESTE	URUGUAIANA	33.310	30.712
ALTO JACUÍ	CRUZ ALTA	31.028	29.111
VALE DO RIO DOS SINOS	NOVO HAMBURGO	27.744	25.154
FRONTEIRA NOROESTE	SANTA ROSA	22.194	24.286
METROPOLITANO DELTA DO JACUÍ	PORTO ALEGRE	21.363	21.695
NOROESTE COLONIAL	IJUÍ	19.841	17.825
SERRA	CAXIAS DO SUL	19.461	14.070
Total Parcial		330.716	289.324
Total Geral		470.320	421.354

Fonte: Badesul.

10.1. Faz-se também destaque às cidades apoiadas, mediante o desembolso de R\$ 55,1 milhões, em 2022, para a execução de investimentos públicos projetados por prefeituras municipais do RS e ligados à infraestrutura urbana e industrial, à educação, à aquisição de máquinas rodoviárias, à execução de instalações públicas e à modernização da gestão.

10.2. *Alavancagem da Infraestrutura Estadual.* O Badesul desembolsou R\$ 68,6 milhões, em 2022, voltados à realização de investimentos em infraestrutura de suporte ao desenvolvimento econômico do Rio Grande do Sul, com destaque para a produção e transmissão de energia e à logística.

10.3. *Inovação.* O Badesul como agência de fomento atuante no segmento de inovação e integrada com o seu ecossistema lançou em 2022 a linha de crédito Badesul Startups e inaugurou o seu espaço de coworking no Instituto Caldeira, em Porto Alegre.

10.4. *Programa Juros Zero.* Foram apoiadas diretamente, ou através de parcerias o montante de R\$ 213,5 milhões em 10,2 mil novas operações de crédito. Temos muito orgulho do papel essencial desempenhado pelo Badesul no crédito ao desenvolvimento gaúcho, em especial no que se refere ao apoio desta Agência de Fomento à sustentação de projetos do Estado do Rio Grande do Sul.

11. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

11.1.1.1.1. 01. CENÁRIO ATUAL:

11.1.1.1.2. Um mercado altamente competitivo e dinâmico onde se encontram muitos players buscando uma fatia de mercado e onde o Badesul, uma agência de desenvolvimento que objetiva através da sua atuação o desenvolvimento econômico e social do Rio Grande do Sul, necessita ser cada vez mais conhecido e se diferenciar da concorrência como uma empresa séria, ágil, atuante e com visão e ideias modernas, que busca um crescimento constante e que vem superando as expectativas do mercado.

11.1.1.1.3. 02. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:

11.1.1.1.4. Aumentar o conhecimento e fortalecer a marca Badesul para os seus públicos.

11.1.1.1.5. Fortalecer a imagem do Badesul como agente fomentador do desenvolvimento no setor empresarial, no setor agroindustrial, de inovação e do setor público;

11.1.1.1.6. Associar a imagem do Badesul como importante financiador dos municípios gaúchos;

11.1.1.1.7. Fixar a imagem do Badesul no mercado gaúcho como uma empresa confiável, financiadora de investimentos tradicionais e inovadores e preocupada com o desenvolvimento econômico e social do RS;

11.1.1.1.8. Gerar identificação do Badesul com seus públicos;

11.1.1.1.9. Desenvolver uma comunicação eficaz e criativa que seja atrativa o suficiente para destacar o Badesul.

11.1.1.1.10. 03. PÚBLICO-ALVO:

11.1.1.1.11. Público-geral: população gaúcha

11.1.1.1.12. Público-específico: Empresários/ gestores dos segmentos, produtores rurais: indústria, comércio, prestação de serviços, agronegócio, setor público, inovação e sustentabilidade.

- 11.1.1.1.13. 05. PRAÇAS:
- 11.1.1.1.14. Estado do Rio Grande do Sul. Se for o caso, regionalmente, nas principais praças que o licitante considerar relevante para o cumprimento dos objetivos de comunicação, considerando o mercado e o público-alvo a serem atingidos.
- 11.1.1.1.15. 06. CANAIS DE COMUNICAÇÃO PRÓPRIOS DO BADESUL (PÚBLICO EXTERNO)
- 11.1.1.1.16. Site Badesul: www.badesul.com.br
- 11.1.1.1.17. Perfil do Badesul nas redes sociais: Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn.Obs.: a proposta poderá abranger ações além desses canais.
- 11.1.1.1.18. 06. CONCORRÊNCIA
- 11.1.1.1.19. Instituições comerciais e cooperativas de crédito que atuam com linhas de financiamento de médio e longo prazo para projetos de desenvolvimento.
- 11.1.1.1.20. 07. QUAL MENSAGEM PRINCIPAL DA COMUNICAÇÃO?
- 11.1.1.1.21. Ressaltar a importância do Badesul para o desenvolvimento do Rio Grande do Sul.
- 11.1.1.1.22. A intenção é trabalhar uma campanha que posicione o Badesul como um artífice do desenvolvimento do Estado, sem se ater a taxas e números, associando-o à inovação e sustentabilidade.
- 11.1.1.1.23. O Badesul como agente de desenvolvimento e empreendedor, que objetiva através da sua atuação o progresso econômico e social do Rio Grande do Sul. Uma empresa séria, ágil, atuante e com visão e ideias modernas, que busca o crescimento constante do Estado e que vem superando as expectativas do mercado.
- 11.1.1.1.24. 08. INFORMAÇÕES TÉCNICAS:
- 11.1.1.1.25. As informações técnicas constantes na campanha devem ser balizadas em 4 Eixos:
- 11.1.1.1.26. - Modernização dos setores tradicionais;
- 11.1.1.1.27. -Inserção de novas economias;
- 11.1.1.1.28. -Apoio a infraestrutura;
- 11.1.1.1.29. - Dinâmica de novas atividades.
- 11.1.1.1.30. 09. PERÍODO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO
- 11.1.1.1.31. A campanha institucional proposta pela licitante deverá compreender 3 meses (agosto, setembro e outubro de 2023).
- 11.1.1.1.32. 10. INVESTIMENTO PARA O PROJETO
- 11.1.1.1.33. No cálculo da alocação dos valores para produção e veiculação da campanha de que trata este briefing, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).
- 11.1.1.1.34. 11. OBRIGATORIEDADES
- 11.1.1.1.35. Logo do Badesul, Marca do Governo do RS, endereço, endereço do site.

- 11.1.1.1.36. Endereço: Rua Gen. Andrade Neves, 175 – Centro – Porto Alegre - RS
- 11.1.1.1.37. Endereço do site: www.badesul.com.br
- 11.1.1.1.38. 12. REFERÊNCIAS
- 11.1.1.1.39. Primeiro processo de concorrência para seleção de agência exclusiva para o Badesul.
- 11.1.1.1.40. 12 OUTRAS INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS
- 11.1.1.1.41. – Site Institucional: www.badesul.com.br
- 11.1.1.1.42. - Manuais de Identidade Visual do Badesul e do Governo do Estado, disponíveis na URL: www.Badesul.com.br

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

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

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

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

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

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

Local e data

Assinatura e carimbo da licitante

Representante legal da licitante

ANEXO IV
DECLARAÇÃO SOBRE REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS
PUBLICITÁRIAS E DIREITOS AUTORAIS

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal

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

Na reutilização de peças publicitárias e contratação de direitos autorais serão negociadas, sempre, as melhores condições de preços para o Badesul e empresas controladas, de acordo com as disposições alusivas à direitos autorais estabelecidos na **cláusula sexta da minuta de contrato** anexa ao edital.

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

Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo Badesul e empresas controladas aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao valor original.

Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo Badesul e empresas controladas aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos sobre obras consagradas, incorporadas a essas peças, será de no máximo 25% (vinte e cinco por cento) em relação ao valor original da cessão desses direitos.

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

Local e data

Assinatura e carimbo da licitante

Representante legal da licitante