

CONSULTA PÚBLICA

O BANCO DO BRASIL S.A., por intermédio da Diretoria de Suprimentos, Infraestrutura e Patrimônio/Gerência de Governança, Risco e Compliance na Cadeia de Suprimentos, torna pública consulta ao mercado com o objetivo de obter contribuições acerca da minuta de Edital para futura licitação cujo objeto será a Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por 4 (quatro) Agências de Propaganda para o Banco do Brasil S.A. e demais empresas que integram o Conglomerado Banco do Brasil, inclusive as que vierem integrá-lo.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime das Leis n.º 4.680, de 18.06.1965 e n.º 13.303, de 30.06.2016. São aplicáveis os Decretos n.º 3.722, de 09.01.2001, 8.945, de 27.12.2016, e o Regulamento de Licitações do Banco do Brasil - RLBB, publicado no sítio eletrônico do Banco do Brasil (<http://www.bb.com.br/rlbb>) em 27.08.2021

A consulta pública está prevista no RLBB que, em seu artigo 19, § 3º, prevê a possibilidade de, na fase preparatória da licitação, realizar a consulta pública como instrumento de diálogo com o mercado, possibilitando aos interessados o encaminhamento por escrito de contribuições e questionamentos para consolidar a versão final de edital e documentos que lhe são anexos.

Os pedidos de esclarecimentos, questionamentos e contribuições encaminhados por escrito e que forem possíveis de responder, terão suas respostas publicadas no endereço eletrônico www.bb.com.br/editaislicitacoes > Confira > Consultas e Audiências Públicas.

As dúvidas, questionamentos e contribuições sobre a minuta de Edital poderão ser encaminhadas para o e-mail disec.gesic@bb.com.br até o dia 16/06/2023.

Brasília (DF), 29.05.2023

**DIRETORIA DE SUPRIMENTOS,
INFRAESTRUTURA E PATRIMÔNIO****LICITAÇÃO Nº 2023/000XXXX (8558)****EDITAL**

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por **4 (quatro)** Agências de Propaganda para o Banco do Brasil S.A. e demais empresas que integram o Conglomerado Banco do Brasil, inclusive as que vierem integrá-lo.

IMPORTANTE**RETIRADA DO EDITAL**

No endereço Eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais.

FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS

Encaminhar para o correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br,

RETIRADA DO INVÓLUCRO Nº 1

Agendamento pelo correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br. A retirada será na Diretoria de Suprimentos, Infraestrutura e Patrimônio/Gerência de Contratações Estratégicas e Monitoramento – DISEC/GESIC, localizada no Setor de Autarquias Norte (SAUN), Edifício Banco do Brasil, Quadra 5, Bloco B, Torre Central, 13º andar, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70.040-912.

PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

Recebimento e Abertura das Propostas Técnicas (INVÓLUCROS Nº 1, 2 e 3).

Recebimento das Propostas de Preços (INVÓLUCRO nº 4)

Data: **dd/mm/aaaa, às 10:00 horas**

Local: Auditório do Edifício Banco do Brasil, no Setor de Autarquias Norte (SAUN), Quadra 5, Bloco B, Torre Central, 1º andar, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70.040-912.

ÍNDICE

1	OBJETO	4
2	VIGÊNCIA CONTRATUAL.....	4
3	ORÇAMENTO	4
4	RETIRADA DO EDITAL E FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS.....	5
5	IMPUGNAÇÃO AO EDITAL.....	5
6	FASE RECURSAL ÚNICA	5
7	APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	6
8	DATA DE RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS.....	9
9	CONDIÇÕES À PARTICIPAÇÃO	10
10	CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES	12
11	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS	13
12	SUBCOMISSÃO TÉCNICA	18
13	PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 1, 2 E 3) E PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO Nº 4).....	21
14	HABILITAÇÃO JURÍDICA, REGULARIDADE FISCAL E QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA.....	22
15	FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO	22
16	CONDIÇÕES CONTRATUAIS	23
17	GARANTIA	23
18	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	24
19	DISPOSIÇÕES FINAIS.....	25
	ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO.....	28
	ANEXO 2 - PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇO.....	32
	ANEXO 3 - BRIEFING	50
	ANEXO 4 - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS.....	51
	ANEXO 5 - EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO.....	53
	ANEXO 6 - MODELO DE DECLARAÇÃO.....	58
	ANEXO 7 - MODELO DE PROCURAÇÃO	59
	ANEXO 8 - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES	60
	ANEXO 9 - TERMO DE SIGILO E CONFIDENCIALIDADE	61
	ANEXO 10 – MODELOS DE CHECKLISTS DE VERIFICAÇÃO DOS CONTEÚDOS DOS INVÓLUCROS.....	63
	ANEXO 11 - MINUTA DO CONTRATO	77

LICITAÇÃO PRESENCIAL DISEC Nº 2023/000xxx (8558)

O **BANCO DO BRASIL S.A.**, por intermédio da Gerência Executiva Governança, Risco e Compliance na Cadeia de Suprimentos, da Diretoria de Suprimentos, Infraestrutura e Patrimônio – DISEC, torna público que realizará a presente LICITAÇÃO na forma PRESENCIAL, adotando o critério de julgamento Melhor Técnica, para a contratação de serviços de publicidade.

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime das Leis n.º 4.680, de 18.06.1965 e nº 13.303, de 30.06.2016. Aplicam-se também a esta LICITAÇÃO os Decretos nº 3.722, de 09.01.2001, 8.945, de 27.12.2016, e o Regulamento de Licitações do Banco do Brasil, publicado no sítio eletrônico do Banco do Brasil (<http://www.bb.com.br/rlbb>) em 27.08.2021, e os termos deste Edital, cuja minuta foi aprovada pelos Pareceres Jurídicos DIJUR - COPUR/ADLIC 3986511-001, de 06.12.2022, 3986504-001, de 28.12.2022, e 4195470-001, de 15.05.2023.

SEÇÃO I**1 OBJETO**

1.1 A presente LICITAÇÃO tem por objeto a contratação de serviços de publicidade a serem prestados por **4 (quatro)** agências de propaganda, doravante denominadas AGÊNCIA, LICITANTE ou CONTRATADA, para o Banco do Brasil S.A., doravante denominado BANCO ou CONTRATANTE e para as demais empresas que integram o Conglomerado Banco do Brasil S.A., inclusive as que vierem integrá-lo, conforme especificações descritas no **Anexo 1** deste Edital.

2 VIGÊNCIA CONTRATUAL

- 2.1 Os serviços serão prestados de forma continuada, sendo o prazo de vigência dos contratos de **12 (doze)** meses, contado a partir da data da assinatura e prorrogável até o limite de 60 (sessenta) meses.
- 2.2 Na prorrogação, o BANCO poderá renegociar, se necessário, as formas e/ou os percentuais de remuneração praticados com as AGÊNCIAS contratadas, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para o BANCO e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos.
- 2.3 O BANCO poderá, a qualquer tempo, se necessário, negociar revisão das formas e/ou dos percentuais de remuneração praticados com as contratadas, em decorrência das dinâmicas e referências de mercado, por meio de termo aditivo, mediante acordo entre as partes.

3 ORÇAMENTO

- 3.1 Item Orçamentário: 75.858.010 – Propaganda e Publicidade.
- 3.2 A soma das despesas com os contratos resultantes desta LICITAÇÃO está estimada em até **R\$ 750.000.000,00 (setecentos e cinquenta milhões de reais)**, nos primeiros 12 (doze) meses de sua vigência.
- 3.3 O BANCO se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no **subitem 3.2**.
- 3.4 No interesse do BANCO, as CONTRATADAS poderão aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de **25% (vinte e cinco por cento)** do valor inicial atualizado do contrato.
- 3.5 Desde que acordado entre as partes, as supressões poderão exceder o percentual estabelecido no subitem anterior.

- 3.6 Se o BANCO optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados, as dotações necessárias ao atendimento das despesas previstas serão consignadas nos próximos exercícios financeiros.

4 RETIRADA DO EDITAL E FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS

- 4.1 A retirada deste Edital poderá ser feita no endereço eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais.
- 4.2 As dúvidas decorrentes da interpretação deste Edital poderão ser esclarecidas, desde que encaminhadas à Comissão Especial de Licitação – CEL, para o correio eletrônico **disec.gesic@bb.com.br**, até **5 (cinco)** dias antes da data da Primeira Sessão Pública, de apresentação das Propostas Técnicas e de Preços.
- 4.3 As LICITANTES não devem utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam possibilitar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO nº 1, a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica.
- 4.4 Os questionamentos serão respondidos no endereço indicado no **subitem 4.1**, sem indicar o nome da consulente e de seu representante.
- 4.5 As LICITANTES deverão acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.
- 4.6 Os atos e procedimentos do processo serão divulgados exclusivamente por meio eletrônico, por e-mail e/ou na internet no endereço eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais.

5 IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

- 5.1 Até **5 (cinco) dias úteis** antes da data fixada para a abertura da Primeira Sessão Pública, qualquer pessoa poderá apresentar pedido de impugnação do ato convocatório desta licitação.
- 5.2 As impugnações ao Edital deverão ser formalizadas e enviadas para o correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br. O encaminhamento das impugnações dar-se-á por intermédio da CEL, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 87, § 2º, da Lei nº 13.303/2016. Os pedidos de impugnação serão respondidos em até **3 (três) dias úteis**.
- 5.3 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a LICITANTE que não aponte, dentro do prazo estipulado no **subitem 5.1**, falhas ou irregularidades que o viciariam. A impugnação feita tempestivamente não terá efeito de recurso e não impedirá a LICITANTE de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

6 FASE RECURSAL ÚNICA

- 6.1 Concluído o julgamento dos documentos de habilitação e publicado o resultado, as LICITANTES deverão manifestar interesse em recorrer, por meio do correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br, no prazo de **24 (vinte e quatro horas)** a contar da data da publicação. Conforme **subitens 6.3 e 6.9**, os recursos poderão abranger os atos decorrentes do julgamento das propostas técnicas, das propostas de preços e do julgamento da habilitação.
- 6.1.1 A revogação, a anulação ou a declaração de fracasso da Licitação também são atos em face dos quais os INTERESSADOS deverão manifestar interesse em recorrer, por meio do correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br, no prazo de **24 (vinte e quatro) horas** a contar da data da publicação do resultado/decisão.
- 6.2 A falta da manifestação quanto à intenção de recorrer, na forma e prazo estabelecidos no **subitem 6.1**, importará decadência desse direito, ficando a instância competente

autorizada a homologar o procedimento e adjudicar o objeto às **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento das propostas técnicas e propostas de preços e que forem habilitadas por terem cumprido as exigências do Edital, observada ainda a possibilidade de adjudicação para quantidade menor que **4 (quatro)** LICITANTES, conforme previsto no **subitem 11.39.1** da **Seção II**.

- 6.3 Havendo a manifestação de interesse em recorrer, os recursos contra as decisões referentes à classificação ou desclassificação das propostas e/ou habilitação ou inabilitação das LICITANTES, deverão ser enviados para o e-mail disec.gesic@bb.com.br, no prazo de **5 (cinco) dias úteis**, contados a partir da intimação do ato de julgamento da habilitação e publicação do resultado, e seu encaminhamento dar-se-á por meio da Comissão Especial de Licitação.
- 6.3.1 Caso haja interposição de recurso, este será comunicado às demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo de **5 (cinco) dias úteis**.
- 6.4 Caberá à CEL receber, examinar e decidir a respeito dos recursos interpostos contra suas decisões e, no que for necessário, com base em manifestação da Subcomissão Técnica, no prazo de **5 (cinco) dias úteis** ou, caso mantenha sua decisão, encaminhá-los, nesse mesmo prazo, à autoridade competente para a decisão final.
- 6.5 O prazo para interposição de recurso e/ou impugnação aos recursos será contado a partir da intimação do ato.
- 6.6 Durante o prazo previsto para a interposição de recursos e/ou impugnações aos recursos, estará automaticamente franqueada vista dos autos do processo às LICITANTES, no horário entre **9h e 18h**, em dias úteis, na DISEC/GESIC, no endereço informado no **subitem 8.1**, mediante agendamento pelo correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br com representante da CEL.
- 6.7 Não serão conhecidos os recursos e as impugnações apresentados fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela LICITANTE.
- 6.8 Os recursos das decisões referentes ao julgamento das Propostas Técnicas, de preços e da habilitação ou inabilitação terão efeito suspensivo, podendo a CEL, motivadamente e se houver interesse para o BANCO, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.
- 6.9 O acolhimento de recurso importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 6.10 Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará o procedimento e adjudicará o objeto às **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas quanto às Propostas Técnicas e de Preços, devidamente habilitadas, e que atenderem a todas as disposições deste Edital, observada ainda a possibilidade de adjudicação para quantidade menor que **4 (quatro)** LICITANTES, conforme previsto no **subitem 11.39.1** desta **Seção II**.

7 APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 7.1 As Propostas Técnicas, as Propostas de Preços e os documentos de Habilitação das LICITANTES deverão ser entregues à CEL em **05 (cinco)** invólucros distintos e separados, em arquivo digital, apresentados em dispositivo de armazenagem apropriado (**Pen Drive ou HD Externo, conforme o caso**) executáveis em sistema operacional Windows, conforme estabelecido a seguir, observados os conteúdos dispostos no **Anexo 2** (Proposta Técnica e Proposta de Preço) e no **Anexo 5** (documentos de Habilitação) deste Edital.

7.1.1 Os dispositivos de armazenagem correspondente a cada INVÓLUCRO (1, 2, 3, 4 e 5), não deverão ser entregues a granel ou soltos, mas acondicionados em material

envoltório adequado (Ex.: malotes, envelopes etc.) para armazenar o dispositivo apresentado.

7.1.2 Somente o dispositivo de armazenagem destinado para o INVÓLUCRO nº 1 será fornecido pelo BANCO, conforme previsto no **subitem 7.4.1**, devendo os demais serem providenciados pelos próprios licitantes conforme formato e capacidade que julgarem mais adequado.

7.1.3 As LICITANTES deverão entregar, também, na forma impressa, acondicionados nos INVÓLUCROS correspondentes, os **Checklists** dos arquivos/documentos entregues em cada INVÓLUCRO, conforme modelos constantes no **Anexo 10** deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 1

7.2 O INVÓLUCRO nº 1 deverá conter a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, composto do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

7.3 Somente será aceito pela CEL a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária no INVÓLUCRO nº 1 fornecido pelo BANCO e a pedido da LICITANTE.

7.4 O INVÓLUCRO nº 1 será padronizado (no formato A4, modelo malote, medindo aproximadamente 22x30cm) e fornecido previamente pelo BANCO sem nenhum tipo de identificação na parte externa, para preservar, até a abertura do INVÓLUCRO nº 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

7.4.1 Além do INVÓLUCRO nº 1, o BANCO fornecerá mídia do tipo HD Externo (1 TeraByte - TB) padronizado para apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária na forma do **subitem 7.2**.

7.5 O INVÓLUCRO nº 1 e a mídia prevista no **subitem 7.4.1** deverão ser retirados na DISEC/GESIC mediante recibo identificado, no endereço informado no **subitem 8.1** deste Edital, e previamente agendado pelo correio eletrônico disec.gesic@bb.com.br. No ato da retirada do INVÓLUCRO nº 1, o representante da LICITANTE deverá apresentar à CEL o(s) documento(s) que conferem poderes específicos para retirar o INVÓLUCRO ou para representar a LICITANTE na forma dos **subitens 10.1 a 10.3** deste Edital, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.

7.6 O INVÓLUCRO nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, pois somente será lacrado durante a Primeira Sessão Pública.

7.7 Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CEL não receberá o INVÓLUCRO nº 1 que:

- a) possua alguma forma de identificação;
- b) apresente informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE;
- c) esteja danificado no manuseio/transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados.

7.8 Os conteúdos que constituirão o INVÓLUCRO nº 1 estão relacionados no **Anexo 2** deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 2

7.9 O INVÓLUCRO nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), sem as peças da Ideia Criativa.

7.10 O INVÓLUCRO nº 2 deverá ser fechado, rubricado no fecho e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA)

NOME E CNPJ DA LICITANTE

LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558)

BANCO DO BRASIL S.A. DISEC/GESIC

- 7.11 A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, sem as peças que constituem a Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datado e assinado na última página (assinatura eletrônica ou física), por quem detenha poderes de representação da LICITANTE.

INVÓLUCRO Nº 3

- 7.12 O INVÓLUCRO nº 3 deverá conter os documentos relativos à Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 7.13 O INVÓLUCRO nº 3 deverá ser fechado, rubricado no fecho e identificado em seu exterior com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

NOME E CNPJ DA LICITANTE

LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558)

BANCO DO BRASIL S.A. DISEC/GESIC

- 7.14 Os documentos relativos à Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, deverão ser acondicionados no INVÓLUCRO nº 3, com a identificação da LICITANTE, datados e assinados na última página (assinatura eletrônica ou física), por quem detenha poderes de representação da LICITANTE.
- 7.15 O INVÓLUCRO nº 3 e os documentos nele contidos não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que conste da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO nº 1 - e possibilite a identificação inequívoca da autoria deste antes da abertura do INVÓLUCRO nº 2.
- 7.16 Os conteúdos que constituirão o INVÓLUCRO nº 3 estão relacionados no **Anexo 2** deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 4

- 7.17 O INVÓLUCRO nº 4 deverá conter a Proposta de Preços das LICITANTES.
- 7.18 O INVÓLUCRO nº 4 deverá ser fechado, rubricado no fecho e identificado com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

NOME E CNPJ DA LICITANTE

LICITAÇÃO Nº 20XX/XXX (8558)

BANCO DO BRASIL S.A. DISEC/GESIC

- 7.19 Todas as LICITANTES deverão comparecer na data de realização da **Segunda Sessão Pública**, quando serão abertos e julgados os INVÓLUCROS nº 4 (Proposta de Preços) somente das LICITANTES declaradas classificadas pela CEL no julgamento das Propostas Técnicas.
- 7.20 Os conteúdos que constituirão o INVÓLUCRO nº 4 estão relacionados no **Anexo 2** deste Edital.

INVÓLUCRO Nº 5

- 7.21 O INVÓLUCRO nº 5 deverá acondicionar os documentos de HABILITAÇÃO das LICITANTES.
- 7.22 O INVÓLUCRO nº 5 deverá ser fechado, rubricado no fecho e identificado com os seguintes dados:

INVÓLUCRO Nº 5 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO NOME E CNPJ DA LICITANTE LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558) BANCO DO BRASIL S.A. DISEC/GESIC

- 7.23 Todas as LICITANTES deverão comparecer na data de realização da **Segunda Sessão Pública**, quando serão recebidos os INVÓLUCROS Nº 5 (documentos de habilitação) somente das LICITANTES com propostas técnicas declaradas classificadas pela Comissão Especial de Licitação (CEL).
- 7.24 Os documentos de Habilitação que constituirão o conteúdo do INVÓLUCRO nº 5 estão relacionados no **Anexo 5**.
- 7.25 Os INVÓLUCROS nº 1, 2, 3 e 4 serão recebidos pela CEL na data, hora e local de realização do certame (**Primeira Sessão Pública**), conforme informado na folha de rosto deste Edital.
- 7.26 Os INVÓLUCROS nº 2, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia), sem as peças da Ideia Criativa, serão abertos na **Segunda Sessão Pública**, em data a ser oportunamente marcada, ocasião em que serão cotejados com as vias não identificadas para a identificação de seus autores.
- 7.27 Os INVÓLUCROS nº 2, 3, 4 e 5 serão providenciados pelas LICITANTES e poderão ser constituídos por embalagem(ns) adequada(s) às características de seu conteúdo, desde que inviolável(is) quanto às informações de que tratam, até a sua abertura.
- 7.28 A CEL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, exceto as rubricas previstas no **subitem 11.21** do Edital.
- 7.29 Os INVÓLUCROS nº 5, contendo os documentos de Habilitação descritos no **Anexo 5**, das LICITANTES que tiverem as propostas técnicas classificadas na **Segunda Sessão Pública**, serão abertos nessa mesma Sessão, em data a ser oportunamente marcada.
- 7.30 A CEL não receberá INVÓLUCRO que não for entregue pessoalmente, na data, hora e local de realização do certame.

8 DATA DE RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

- 8.1 O recebimento das Propostas Técnicas e de Preços realizar-se-á na Primeira Sessão Pública, em Brasília (DF), prevista para ocorrer no dia **dd/mm/aaaa às 10:00 horas no Auditório do Edifício Banco do Brasil, no Setor de Autarquias Norte (SAUN), Quadra 5, Bloco B, Torre Central, 1º andar, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70.040-912**, quando serão recebidos os INVÓLUCROS nº 1, 2, 3 e 4 das LICITANTES.
- 8.2 Salvo disposição expressa em contrário, ocorrendo decretação de feriado ou qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, todas as datas constantes deste Edital serão transferidas, automaticamente, para o primeiro dia útil de expediente normal no Banco do Brasil S.A., subsequente aos ora fixados.
- 8.3 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

SEÇÃO II

9 CONDIÇÕES À PARTICIPAÇÃO

- 9.1 Poderão participar desta LICITAÇÃO apenas as empresas que atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos.
- 9.2 Nenhuma LICITANTE poderá participar desta licitação com mais de uma proposta.
- 9.3 As LICITANTES que prestam serviços similares aos do objeto desta licitação a Instituições Financeiras Bancárias concorrentes do Banco do Brasil S.A. devem estar cientes de que a contratação decorrente do presente certame está condicionada à desistência da prestação desses serviços, antes da eventual assinatura do contrato com o BANCO.
- 9.3.1 A desistência referida no item anterior deverá ser declarada pela LICITANTE, conforme **Anexo 4** deste Edital, que deverá ser apresentado no INVÓLUCRO Nº 5.
- 9.4 Estarão impedidas de participar desta licitação as LICITANTES que se enquadrem em uma ou mais das situações a seguir:
- 9.4.1 tenham por objeto social unicamente a prestação de serviços temporários;
- 9.4.2 estejam constituídas sob a forma de consórcio;
- 9.4.3 estejam cumprindo a penalidade de suspensão imposta pelo BANCO;
- 9.4.4 sejam declaradas inidôneas pela União, condenadas nos termos da Lei nº 12.846/2013, enquanto perdurarem os efeitos da condenação, ou que constem em listas restritivas do Conselho de Segurança da ONU (CSNU), por envolvimento com terrorismo ou seu financiamento, observada a legislação brasileira que reconheça as sanções aplicadas;
- 9.4.5 estejam sob falência, dissolução ou liquidação;
- 9.4.6 Sociedades limitadas e sociedades anônimas de capital fechado, exceto empresas sob controle do próprio BANCO, que tenham como administrador, procurador, controlador ou sócio que seja:
- I. funcionário do Banco do Brasil S.A., ainda que em gozo de licença não remunerada, incluindo aqueles que exerçam cargo de gestão, nos termos do art. 62, II, da CLT, ou qualquer cargo em comitê;
- II. membro da Administração desta Instituição, ou dirigente, assim entendido o ocupante de qualquer cargo estatutário;
- III. responsável técnico do objeto desse Edital, ainda que subcontratado.
- IV. ocupantes de cargos ou empregos descritos no art. 2º da Lei 12.813/2013.
- V. cônjuge, companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de dirigente ou membro da administração do BANCO, de empregado do BANCO cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação, bem como de autoridade do ente público a que o BANCO está vinculado.
- 9.4.7 Sociedades anônimas de capital aberto, exceto empresas sob controle do próprio BANCO, que tenham administrador, procurador, controlador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, que seja:
- I. funcionário do Banco do Brasil S.A., ainda que em gozo de licença não remunerada, incluindo aqueles que exerçam cargo de gestão, nos termos do art. 62, II, da CLT, ou qualquer cargo em comitê;
- II. membro da Administração desta Instituição ou dirigente, assim entendido o ocupante de qualquer cargo estatutário;

- III. responsável técnico do objeto desse Edital, ainda que subcontratado;
 - IV. ocupantes de cargos ou empregos descritos no art. 2º da Lei 12.813/2013;
 - V. cônjuge, companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de dirigente ou membro da administração do BANCO, de empregado do BANCO cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação ou contratação, bem como de autoridade do ente público a que o BANCO está vinculado.
- 9.4.8 Empregado do BANCO, ainda que em gozo de licença não remunerada, ou membro de sua administração;
- 9.4.9 Empresas de cujo administrador, procurador ou membro de seu quadro societário seja atual ou ex-agente público de ente do Poder Executivo Federal ao qual o Banco esteja vinculado, dispensado, exonerado, destituído, demitido ou aposentado no período de 6 (seis) meses da data da respectiva desvinculação com a administração pública, ou parentes dos mesmos, em até terceiro grau.
- 9.4.10 Constituída por sócio de empresa que estiver suspensa ou impedida pelo BANCO, ou que tenha sido declarada inidônea pela União;
- 9.4.11 Cujo administrador seja sócio de empresa suspensa ou impedida pelo BB ou que tenha sido declarada inidônea pela União, no período dos fatos que deram ensejo a sanção ou sancionada nos termos da Lei 12.846/2013, enquanto perdurarem seus efeitos;
- 9.4.12 Constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção ou sancionada nos termos da Lei 12.846/2013, enquanto perdurarem seus efeitos;
- 9.4.13 Cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa ou impedida pelo BANCO, ou que tenha sido declarada inidônea pela União, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
- 9.4.14 Que tiver, nos seus quadros de diretoria, pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea.
- 9.4.15 Sociedades cooperativas - em cumprimento ao TERMO DE CONCILIAÇÃO JUDICIAL firmado entre o Banco do Brasil S.A. e o Ministério Público do Trabalho, homologado pela Justiça do Trabalho em 04.08.2004 - uma vez que a execução dos serviços enseja relação de subordinação entre o trabalhador e a empresa que prestará os serviços. [INCLUIR QUANDO HOUVER SUBORDINAÇÃO JURÍDICA NO SERVIÇO]
- 9.4.16 Detenham relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com autoridade do Poder Executivo Federal ao qual o Banco esteja vinculado;
- 9.4.17 Sociedade cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, administrador ou procurador tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com o Banco do Brasil S.A há menos de 6 (seis) meses.
- 9.4.18 constituam empresa estrangeira que não funcione no País;
- 9.4.19 que apresente o INVÓLUCRO nº 1 diferente daquele fornecido pelo BANCO.
- 9.5 A participação na presente licitação implica para a LICITANTE:
- 9.5.1 a confirmação de que recebeu o INVÓLUCRO nº 1 fornecido pelo BANCO, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação deste certame;
 - 9.5.2 a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, Cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos;
 - 9.5.3 a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

- 9.6 É vedado o nepotismo, nos termos do Decreto nº 7.203, de 04.06.2010.
- 9.7 Os interessados devem seguir os padrões éticos e de integridade aceitos pela Instituição nos termos do Programa de Compliance do BB divulgado por meio do site www.bb.com.br
- 9.8 As LICITANTES assumirão todos os custos de preparação e apresentação das Propostas e dos documentos de Habilitação exigidos nesta LICITAÇÃO, ressalvado que o BANCO não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 9.9 Para a análise das condições de participação das LICITANTES, poderão ser realizadas consultas ao SICAF (Registro de Ocorrências); ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas - CNEP, no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, e à Lista de inidôneos mantida pelo TCU.
- 9.10 As LICITANTES, para fins de faturamento quanto ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), deverão observar que os códigos dos serviços vinculados ao objeto contratual, segundo a Lei Complementar nº 116/2003, é:
- 1711 Publicidade** - Honorários Agência Publicidade = ISSQN: item 10.08 da LC116/03;
- 1712 Publicidade** - Produção (Fornecedor Sediado no DF) = ISSQN: item 17.06 da LC116/03;
- 1713 Publicidade** - Produção (Fornecedor Não Sediado no DF) = sem ISSQN;
- 1726 Publicidade** - Veiculação = ISSQN: item 10.08 da LC116/03;
- 3003 Publicidade** - Ferramentas (Fornecedor Sediado no Exterior) = sem ISSQN; e
- 3015 Publicidade** - Ferramentas = sem ISSQN

10 CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

- 10.1 Nos atos da entrega e abertura dos INVÓLUCROS com as Propostas Técnicas (Primeira Sessão Pública) e na sessão para identificação da autoria das Propostas, apuração do resultado geral das Propostas Técnicas e entrega e abertura dos INVÓLUCROS contendo os documentos de Habilitação (Segunda Sessão Pública), o representante da LICITANTE deverá apresentar à CEL o(s) documento(s) que o credencia a participar do certame, juntamente com seu documento de identidade de fé pública.
- 10.2 Considerar-se-á legítimo representante da LICITANTE, nas sessões desta LICITAÇÃO, aquele que detiver amplos poderes para tomar quaisquer decisões relativamente a todas as fases, inclusive renúncia de interposição de recursos, devendo, para tanto, apresentar documento de identificação com fé pública, acompanhado de um dos seguintes documentos:
- instrumento particular de procuração, assinado pelo representante legal da empresa, com firma reconhecida em Cartório, conforme modelo constante no **Anexo 7** deste Edital;
 - instrumento público de procuração contemplando os mesmos poderes relacionados na minuta constante do **Anexo 7** deste Edital;
 - documento de constituição da empresa, quando se tratar de sócio, acompanhado da prova de sua eleição ou nomeação, se for o caso, com o comprovante de registro no órgão competente.
- 10.3 Quando se tratar de representante designado pela LICITANTE no SICAF, nos termos da Instrução Normativa nº 02, de 11.10.2010, da SLTI/MPOG, será efetuada consulta *on-line* ao aludido Sistema, de onde será extraído o comprovante e juntado ao processo.

- 10.4 Caso o representante da LICITANTE seja pessoa diferente das indicadas no SICAF, este deverá apresentar o(s) documento(s) relacionado(s) nos **subitens 10.1 e 10.2**.
- 10.5 Estarão impedidos de se manifestar nas sessões e responder pela LICITANTE aqueles que não comprovarem ser seu legítimo representante, na forma deste Edital.
- 10.6 Em todas as fases desta LICITAÇÃO será admitido apenas um representante por LICITANTE e não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma LICITANTE, preservando o princípio do sigilo das propostas.
- 10.7 Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.
- 10.8 Caso a LICITANTE não deseje fazer-se representar nas sessões de recebimento e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnicas, de preços e Documentos de Habilitação por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à CEL, na forma do **item 7** deste Edital, na data, hora e local indicados neste Edital ou em convocação específica, quando for o caso.
- 10.9 Os documentos necessários para a representação das LICITANTES nas sessões deverão ser entregues à CEL apartados dos invólucros e passarão a compor o processo da LICITAÇÃO.

11 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 11.1 O presente certame será conduzido de acordo com os procedimentos estabelecidos neste Edital e na legislação em vigor.
- 11.2 A participação de representante de qualquer LICITANTE dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **item 10**.
- 11.3 Serão realizadas **2 (duas) sessões públicas**, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.
- 11.4 De todas as sessões públicas, será lavrada ata circunstanciada, a ser assinada pelos membros da CEL e pelos representantes das LICITANTES presentes.
- 11.4.1 Havendo acordo, e mediante lavratura em ata, os representantes das LICITANTES presentes poderão nomear apenas alguns entre eles para rubricar lacres e documentos constantes dos invólucros nas respectivas sessões públicas.
- 11.5 A CEL e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 31, *caput*, da Lei nº 13.303/2016. Para tanto, poderão, no interesse do BANCO, relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e de Preços e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas LICITANTES, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta LICITAÇÃO.
- 11.6 A CEL e a Subcomissão Técnica poderão, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada a inclusão posterior de documento ou informação exigida neste Edital e em seus Anexos.
- 11.6.1 Nesse caso, deverão ser adotados os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do INVÓLUCRO nº 2.
- 11.7 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos INVÓLUCROS com as propostas técnicas.
- 11.8 A CEL poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicadas.

- 11.9 À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da CEL, a qual será responsável pela condução das sessões públicas e pela composição do processo até o seu encerramento.
- 11.10 Os INVÓLUCROS das LICITANTES desclassificadas que não puderem ser devolvidos nas sessões públicas ficarão à disposição das interessadas pelo prazo de **60 (sessenta)** dias contados da publicação, no sítio eletrônico do BANCO, do resultado de julgamento desta LICITAÇÃO, após o que serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA

- 11.11 Iniciados os trabalhos, a CEL identificará os representantes das LICITANTES, por meio do documento de procuração - **Anexo 7** deste Edital - e/ou de acordo com o disposto no **item 10**.
- 11.12 Em seguida, individualmente e em ordem alfabética, serão recebidos os INVÓLUCROS nº 1, 2, 3 e 4 das LICITANTES, ocasião em que a CEL fará a conferência da identificação externa dos INVÓLUCROS. Se no INVÓLUCRO nº 1 houver menção a nome, marca, sinal, etiqueta, se estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados, ou se apresentarem qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE, os INVÓLUCROS não serão recebidos.
- 11.13 Após o encerramento do prazo para recebimento dos INVÓLUCROS, que será declarado pela CEL na sessão pública, nenhum outro INVÓLUCRO, documento ou embalagem será recebido.
- 11.14 A CEL e os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1** rubricarão, no fecho, os INVÓLUCROS nº 2, que permanecerão fechados, sob a guarda e responsabilidade da CEL. Os INVÓLUCROS Nº 2 serão colocados em uma caixa para posterior abertura na Segunda Sessão Pública.
- 11.15 Concluída essa etapa, serão abertos os INVÓLUCROS nº 1 contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e os INVÓLUCROS nº 3, contendo os documentos referentes à Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 11.16 Neste momento, serão adotados os seguintes procedimentos:
- 11.16.1 (i) Os arquivos dos INVÓLUCROS nº 1 serão conferidos em sua nomenclatura e propriedades, pela CEL e pelos representantes das LICITANTES para averiguar se porventura há elementos que possam identificar a sua autoria. As licitantes devem excluir os **metadados ou metainformações dos arquivos** para impedir que, ainda que acidentalmente, seja possível identificar a autoria da proposta técnica antes da Segunda Sessão Pública.
- 11.16.2 (ii) Após a conferência, os INVÓLUCROS nº 1 serão embaralhados e colocados em uma caixa para posterior encaminhamento para a Subcomissão Técnica.
- 11.17 A CEL conferirá o conteúdo dos INVÓLUCROS nº 1 e rubricará, juntamente com os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1**, o Checklist da relação dos documentos que forem apresentados no INVÓLUCRO nº 1 pelas LICITANTES, conforme modelo do **Anexo 10** deste Edital, e adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das LICITANTES possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.
- 11.18 Se, ao examinar os conteúdos dos INVÓLUCROS nº 1 a CEL constatar ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CEL desclassificará a LICITANTE e ficará de posse de todos os seus INVÓLUCROS até que expire o prazo para recurso, conforme **item 6** deste Edital.

- 11.19 A CEL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos INVÓLUCROS padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, exceto as rubricas no Checklist previsto no **Anexo 10** deste Edital.
- 11.20 A CEL e os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1** rubricarão, no fecho, os INVÓLUCROS nº 1, que permanecerão fechados e guardados em caixas lacradas também rubricadas nos fechos, sob a guarda e responsabilidade da CEL.
- 11.21 A CEL e os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1** conferirão o conteúdo dos INVÓLUCROS nº 3 e rubricarão o Checklist previsto no **Anexo 10** deste Edital. A CEL colocará os documentos neles contidos para exame pelos representantes nomeados de acordo com o **subitem 11.4.1**.
- 11.22 A CEL e os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1** conferirão o conteúdo dos INVÓLUCROS nº 4 e rubricarão o Checklist previsto no **Anexo 10** deste Edital.
- 11.23 A CEL e os representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1** rubricarão, no fecho, os INVÓLUCROS nº 2, 3 e 4, que permanecerão fechados, sob a guarda e responsabilidade da CEL.
- 11.24 Encerrada a Primeira Sessão Pública, a CEL divulgará o resultado da sessão no endereço eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais.
- 11.25 Publicado o resultado, a CEL encaminhará os INVÓLUCROS nº 1 para análise individualizada e julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, em sessão reservada, da Subcomissão Técnica.
- 11.26 Os INVÓLUCROS nº 2, 3 e 4 serão guardados separadamente em caixas lacradas. Os lacres das caixas serão rubricados pela CEL e pelos representantes nomeados de acordo com o **subitem 11.4.1**.
- 11.27 As caixas serão mantidas pela CEL em local seguro, em ambiente do BANCO (sala privativa com armário de segurança). A(s) caixa(s) com o(s) INVÓLUCRO(S) nº 3 será(ão) enviada(s), mediante emissão de recibo, para análise da Subcomissão Técnica, conforme disposto no **subitem 11.31**, somente após a conclusão do julgamento dos INVÓLUCROS nº 1 e a sua devolução para a CEL.
- 11.28 As caixas relativas aos INVÓLUCROS nº 1 (após análise pela Subcomissão Técnica), INVÓLUCROS nº 2, INVÓLUCROS nº 3 (após análise pela Subcomissão Técnica) e INVÓLUCROS nº 4, serão guardadas até a data marcada para a Segunda Sessão Pública para a apuração do resultado da análise das vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária e a identificação da autoria das propostas técnicas.

DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 11.29 A Subcomissão Técnica será constituída de acordo com o **item 12** e ficará responsável pela análise individualizada das Propostas Técnicas das LICITANTES e pelo julgamento de seus quesitos e subquesitos, observados os termos dispostos no **Anexo 2** deste Edital.
- 11.30 Concluídos a análise individualizada e o julgamento do conteúdo dos INVÓLUCROS nº 1, a Subcomissão Técnica entregará à CEL, mediante emissão de recibo, os seguintes documentos, devidamente acondicionados em envelopes lacrados e rubricados nos fechos por seus membros:
- planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas aos quesitos e subquesitos analisados;
 - justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações finais, em cada caso;

- c) ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;
- d) todas as vias não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária, devidamente acondicionadas nas caixas e lacradas pela Subcomissão.
- 11.31 Ocorrida a devolução dos INVÓLUCROS nº 1 pela Subcomissão Técnica, com os documentos mencionados no **subitem 11.30**, a CEL entregará para a Subcomissão Técnica, mediante emissão de recibo, os INVÓLUCROS nº 3 para análise individualizada e julgamento da Capacidade de Atendimento e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 11.32 Concluídos a análise individualizada do INVÓLUCRO nº 3 e o julgamento de seus quesitos e subquesitos, a Subcomissão Técnica devolverá para a CEL, mediante emissão de recibo, as caixas lacradas com os INVÓLUCROS nº 3, acompanhadas dos seguintes documentos, devidamente acondicionados em envelopes lacrados e rubricados nos fechos por seus membros:
- a) planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas a Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) as justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações finais, de cada quesito e subquesito; e
- c) ata de julgamento da Capacidade de Atendimento e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica;
- 11.33 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos e subquesitos, a ser lançada, com destaque para a desclassificação, nas planilhas dispostas nas **alíneas “a” dos subitens 11.30 e 11.32**, que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, exceto nos casos em que o descumprimento decorrer da identificação da LICITANTE antes da abertura do INVÓLUCRO nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 11.34 As planilhas a que se referem as alíneas “a” dos **subitens 11.30 e 11.32** conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos e subquesitos que constituem a Proposta Técnica de cada LICITANTE.
- 11.35 Além das atribuições acima previstas, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos e impugnação aos recursos de LICITANTES, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da CEL.

SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA

- 11.36 Concluídos a análise individualizada dos INVÓLUCROS nº 1 e 3 e o julgamento de seus quesitos e subquesitos pela Subcomissão Técnica, as LICITANTES serão convocadas pela CEL para comparecerem à Segunda Sessão Pública, munidas dos INVÓLUCROS Nº 5 (Documentos de Habilitação), para a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, a identificação da autoria das propostas, por meio da abertura dos INVÓLUCROS Nº 2, proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação; a abertura dos INVÓLUCROS Nº 4 (Proposta de Preços) e o recebimento, pela CEL, dos INVÓLUCROS Nº 5 (Documentos de Habilitação) das LICITANTES cujas propostas técnicas forem declaradas classificadas, nos termos do **item 5 do Anexo 2** do Edital, na mesma Sessão.
- 11.37 Na Segunda Sessão Pública, serão adotados os seguintes procedimentos:
- 11.37.1 Comparecimento de todas as LICITANTES com os INVÓLUCROS Nº 5 – Habilitação;
- 11.37.2 identificação dos representantes das LICITANTES presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;

- 11.37.3 conferência do(s) lacre(s) da(s) caixa(s) contendo os INVÓLUCROS nº 2, inclusive das LICITANTES desclassificadas conforme **subitem 11.31**;
- 11.37.4 abertura do INVÓLUCRO nº 2 – via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, cujo conteúdo será conferido pelos membros da CEL e pelos representantes das LICITANTES nomeados de acordo com o **subitem 11.4.1**, momento em que também rubricarão o Checklist previsto no **Anexo 10** deste Edital.
- 11.37.5 cotejo dos documentos constantes dos INVÓLUCROS nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada) com os conteúdos dos INVÓLUCROS nº 1 – Via Não Identificada), para identificação de sua autoria;
- 11.37.6 elaboração de planilha geral com as pontuações finais dos quesitos e subquesitos das Propostas Técnicas de cada LICITANTE.
- 11.37.7 declaração das LICITANTES classificadas e desclassificadas no julgamento final das Propostas Técnicas, observado o disposto no **item 5 do Anexo 2** deste Edital, e declaração das **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica;
- 11.37.8 abertura dos INVÓLUCROS nº 4, com as Propostas de Preços, somente das LICITANTES que tiverem suas Propostas Técnicas declaradas classificadas, cujos documentos serão conferidos pela CEL e colocados à disposição para exame e conferência pelos representantes das LICITANTES nomeados na forma do **subitem 11.4.1**;
- 11.37.9 análise do cumprimento, pelas LICITANTES, das exigências estabelecidas no **Anexo 2** deste Edital para elaboração das Propostas de Preços e identificação da proposta de menor preço;
- 11.37.10 divulgação das LICITANTES classificadas e desclassificadas no julgamento das Propostas de Preços;
- 11.37.11 declaração das **4 (quatro)** LICITANTES vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme critérios previstos no **Anexo 2** do Edital.
- 11.37.11.1 tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, nos termos estabelecidos no **item 5 do Anexo 2** deste Edital;
- 11.37.11.2 tenha apresentado a Proposta de menor preço, ou concordado em praticá-lo, nos termos estabelecidos no **item 6 do Anexo 2** deste Edital;
- 11.37.12 recebimento dos INVÓLUCROS Nº 5 – HABILITAÇÃO das LICITANTES cujas propostas técnicas forem declaradas classificadas, nos termos do **item 5 do Anexo 2** do Edital, abertura dos INVÓLUCROS Nº 5 - HABILITAÇÃO das LICITANTES declaradas classificadas nos termos do **subitem 11.37.7** cujos documentos serão conferidos pelos membros da CEL e pelos representantes das LICITANTES nomeados de acordo com o **subitem 11.4.1**, que rubricarão o Checklist previsto no **Anexo 10** deste Edital.
- 11.37.13 consultar e imprimir as respectivas declarações de “Situação do Fornecedor” e “Linhas de Fornecimento do Fornecedor” das LICITANTES que optarem pela habilitação por meio do SICAF;
- 11.37.14 analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação das LICITANTES classificadas nos termos do **subitem 11.37.7** com as condições estabelecidas na legislação em vigor e neste Edital;
- 11.37.15 divulgar, na própria Sessão, o resultado da habilitação caso a CEL conclua o julgamento dos documentos de habilitação na própria Sessão;

- 11.37.16 informar, na própria Sessão, que o resultado do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, bem como o resultado da habilitação, caso não se cumpra o previsto no **subitem 11.37.15** do Edital, será publicado na forma do **subitem 11.38** do Edital, abrindo-se prazo para interposição de recurso na forma prevista no **item 6** do Edital;
- 11.38 Encerrada a Segunda Sessão Pública, e concluído o julgamento dos documentos de habilitação, a CEL divulgará o resultado do julgamento final das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços, com indicação da ordem de classificação das LICITANTES, bem como do resultado da habilitação, no endereço eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais . Com a publicação, abrir-se-á o prazo recursal contra as decisões de todas as fases do processo, conforme item 6 deste Edital.
- 11.39 Habilitadas as LICITANTES e passada a fase recursal, o procedimento será homologado e o objeto será adjudicado às **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de preços, conforme previsto no **subitem 11.37.11** desta Seção II.
- 11.39.1 Caso não haja a classificação de **4 (quatro)** LICITANTES no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, o BANCO poderá decidir, exclusivamente a seu critério, pela homologação do procedimento licitatório e pela adjudicação do objeto para quantidade menor que **4 (quatro)** LICITANTES.

12 SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 12.1 Esta LICITAÇÃO será processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação – CEL, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas (INVÓLUCROS Nº 1 e 3), que será feita pela Subcomissão Técnica.
- 12.2 A Subcomissão Técnica será constituída por **3 (três)** membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que **1 (um)** deles não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o BANCO.
- 12.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ser realizada antes da Primeira Sessão Pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, **9 (nove)** integrantes, previamente cadastrados, respeitando-se a constituição descrita no **subitem 12.2**.
- 12.4 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o BANCO, nos termos dispostos no **subitem 12.2**.
- 12.5 A relação prevista no **subitem 12.3** conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e dos que não mantenham vínculo com o BANCO.
- 12.6 O sorteio obedecerá ao procedimento a seguir estabelecido:
- 12.6.1 A lista com os nomes dos indicados referidos no **subitem 12.3** será divulgada no portal eletrônico do Banco do Brasil, seguindo a ordem alfabética e separada por indicados internos e externos. Nesta mesma ocasião, será indicada a data do sorteio, a acontecer com intervalo mínimo de **5 (cinco)** dias após a divulgação, recaindo sobre a próxima extração da Loteria Federal.
- 12.6.2 Para os membros externos ao BANCO, na ordem alfabética, serão atribuídos os números de 1 a 3 para o primeiro nome, de 4 a 6 para o segundo nome, de 7 a 9 para o terceiro nome. O número 0 será desconsiderado para o sorteio do membro externo.
- 12.6.3 Para os membros internos do BANCO, na ordem alfabética, serão atribuídos os números de 1 a 3 (Banco Geral - Comunicação, publicidade ou marketing) e 4 a 6 (Banco Dimac - mídia off-line e on-line da Dimac). Os números 0, 7, 8 e 9 serão desconsiderados para o sorteio dos membros internos.

12.6.4 Caso o número de indicados seja acima de **9 (nove)**, a distribuição dos números prevista nos **subitens 12.6.2 e 12.6.3** será ajustada para a realidade do total de membros indicados.

12.6.5 Serão sorteados inicialmente os membros titulares, na seguinte ordem: em primeiro lugar, o membro externo e, na sequência, os dois membros internos do BANCO, sendo, necessariamente, o primeiro **1 (um)** membro titular especialista nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing e o segundo **1 (um)** membro titular especialista na área de publicidade, com ênfase em mídia *off-line* e *on-line da Dimac*

12.6.6 Definidos os membros titulares, a ordem do sorteio definirá a suplência, sendo o quarto sorteado o primeiro suplente externo e o último nome restante será automaticamente indicado como segundo suplente externo.

12.6.7 Na sequência do sorteio, serão definidos os suplentes dos membros internos do BANCO, de acordo com a ordem sorteada. O quinto nome a ser sorteado será o primeiro suplente do BANCO e assim, sucessivamente, até que reste o último nome entre os suplentes do BANCO, que será automaticamente o último suplente.

12.6.8 O sorteio da Loteria Federal é composto por **5 (cinco)** prêmios com uma dezena de milhar cada um.

12.6.9 Para a ordem do sorteio serão consideradas todas as unidades de cada um dos cinco prêmios, após todas as dezenas, e assim, as centenas, unidade de milhão e dezena de milhão de cada prêmio, conforme planilha abaixo:

PRÊMIO	Dezena de Milhar	Unidade de Milhar	Centena	Dezena	Unidade
1º prêmio				2º suplente interno	1º titular externo
2º prêmio				3º suplente interno	1º titular interno
3º prêmio					2º titular interno
4º prêmio					1º suplente externo
5º prêmio					1º suplente interno

12.6.9.1 O segundo suplente externo (terceiro nome da lista externa) será definido automaticamente por exclusão, ou seja, escolhido o primeiro suplente, o nome remanescente será o segundo suplente externo.

12.6.9.2 O quarto suplente interno (sexto nome da lista do BANCO) será definido automaticamente por exclusão, ou seja, escolhido o terceiro suplente do BANCO, o nome remanescente será o quarto e último suplente do BANCO.

12.6.10 O sorteio seguirá a ordem das cinco unidades de cada prêmio, das cinco dezenas de cada prêmio, das cinco centenas de cada prêmio, das cinco unidades de milhar de cada prêmio e das cinco dezenas de milhar de cada prêmio, pulando para a casa seguinte quando os números se repetirem ou forem desconsiderados na forma dos **subitens 12.6.2 e 12.6.3** acima.

12.6.11 Caso os números do sorteio da data indicada não sejam suficientes para definição dos membros e dos suplentes, serão considerados os números contemplados no sorteio da Loteria Federal anterior ao da data indicada e assim, sucessivamente, até que se completem todos os nomes da lista.

12.6.12 Os últimos suplentes de cada lista não serão sorteados, sendo indicados automaticamente com o sorteio do suplente antecessor.

12.6.13 Para melhor compreensão, segue o exemplo:

Lista de membros externos	Números atribuídos para o sorteio
Ariano Suassuna	1 a 3

Castro Alves	4 a 6
José de Alencar	7 a 9

Lista de membros internos BANCO	Números atribuídos para o sorteio
Carlos Drummond de Andrade	1
Lygia Fagundes Teles	2
Manuel Bandeira	3
Especialistas na área de publicidade com ênfase em mídia off-line e on-line da Dimac	
Cecília Meireles	4
Clarice Lispector	5
Mário de Andrade	6

Números sorteados no dia 1º/09 – extração 5486

1º PRÊMIO	37120
2º PRÊMIO	03743
3º PRÊMIO	58470
4º PRÊMIO	09070
5º PRÊMIO	88775

Definição de acordo com o sorteio:

PRÊMIO	Dezena de Milhar	Unidade de Milhar	Centena	Dezena	Unidade
1º prêmio – 37120	3 - desconsiderado	7 - desconsiderado	1 – desconsiderado	2 – Lygia Fagundes Teles (1º titular BANCO Geral)	0 - desconsiderado
2º prêmio – 03743	0 - desconsiderado	3 – Manuel Bandeira (1º suplente BANCO Geral)	7 – José de Alencar (1º suplente externo)	4 – Cecília Meireles (2º Titular BANCO Dimac)	3 – Ariano Suassuna (1º titular externo)
3º prêmio – 58470	5 – Clarice Lispector (1º suplente BANCO Dimac)	8 - desconsiderado	4 – desconsiderado	7 - desconsiderado	0 - desconsiderado
4º prêmio – 09070	Fim	9 - desconsiderado	0 - desconsiderado	7 - desconsiderado	0 - desconsiderado
5º prêmio – 88775		8 - desconsiderado	7 - desconsiderado	7 - desconsiderado	5 – desconsiderado

12.6.13.1 Castro Alves foi indicado segundo suplente externo sem sorteio, sendo definido por exclusão por ser o último da lista, bem como Carlos Drummond de Andrade e Mário de Andrade, que foram indicados como segundo suplente do BANCO Geral e BANCO Dimac sem sorteio, pelo critério da exclusão, por serem os últimos da lista.

12.6.14 O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o BANCO, nos termos do **subitem 12.2**.

12.6.14.1 Adicionalmente, dentre os membros que possuem vínculo com o BANCO, necessariamente será sorteado 1 (um) membro titular especialista nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing e 1 (um) membro titular especialista na área de publicidade, com ênfase em mídia *off-line* e *on-line*;

12.6.14.1.1 O sorteio será processado de forma a garantir que, dentre funcionários do BANCO, seja sorteado 1 (um) funcionário da Diretoria de Marketing e Comunicação (Dimac).

- 12.7 Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os **subitens 12.2 e 12.3** em **até 48 (quarenta e oito)** horas anteriores à sessão pública marcada para o sorteio mediante apresentação, por escrito, das devidas justificativas à CEL.
- 12.8 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 12.9 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e publicação de nova lista, sem o nome do impugnado, respeitado o disposto neste subitem.
- 12.9.1 Será publicada nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 12.3**.
- 12.9.2 Somente será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 12.10 A sessão pública de sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 12.6.1**.
- 12.11 Após realização do sorteio, a Comissão de Licitação divulgará no portal eletrônico do Banco do Brasil, a lista com os nomes dos membros titulares e suplentes da Subcomissão Técnica.
- 12.12 Os membros da Subcomissão Técnica não poderão participar da Primeira Sessão Pública, destinada ao recebimento das Propostas Técnicas e de Preços, conforme previsto no **subitem 11.12**.
- 12.13 Os membros da Subcomissão Técnica assinarão as Declarações constantes dos **Anexos 8 (Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses)** e **9 (Termo de Sigilo e Confidencialidade)** deste Edital e deverão cumprir rigorosamente os seus termos e condições.
- 12.14 Caberá à Subcomissão Técnica:
- 12.14.1 analisar cada Proposta Técnica e julgar a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em conformidade com os termos no **Anexo 2** deste Edital;
- 12.14.2 desclassificar as LICITANTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de informação, marca, sinal, etiqueta ou palavra ou outro elemento que possibilite a identificação inequívoca das LICITANTES nos INVÓLUCROS e/ou documentos neles contidos, observado o disposto nos **subitens 11.7 e 11.33** do Edital.
- 12.14.3 produzir e encaminhar à CEL todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas das LICITANTES, conforme disposto nos **subitens 11.30 e 11.32**;
- 12.14.4 manifestar-se, em caso de eventuais recursos e impugnação aos recursos das LICITANTES, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, quando solicitada pela CEL, conforme previsto no **subitem 11.35**;
- 13 PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS Nº 1, 2 E 3) e PROPOSTA DE PREÇOS (INVÓLUCRO Nº 4)**
- 13.1 A Proposta Técnica contemplará: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 13.1.1 As orientações para a elaboração da Proposta Técnica estão descritas nos **itens 1, 2, 3 e 4 do Anexo 2** deste Edital.

- 13.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta Técnica de cada LICITANTE, em cada quesito ou subquesitos, nos termos dispostos nos **itens 2, 3, 4, e 5 do Anexo 2** deste Edital.
- 13.3 O julgamento das Propostas Técnicas será feito por uma Subcomissão Técnica, constituída nos termos do item 12 deste Edital
- 13.4 A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 13.5 O julgamento das Propostas Técnicas será feito pela Subcomissão Técnica, conforme as regras dispostas no **item 12 e Anexo 2** deste Edital.
- 13.6 A Proposta de Preços contemplará os quesitos vinculados às formas de remuneração das LICITANTES, a serem aplicadas no decorrer da execução contratual, estando as orientações para sua elaboração descritas no **item 6 do Anexo 2** deste Edital.
- 13.7 Devem ser observados pela CEL, como critério de classificação da Proposta de Preços, o cumprimento pelas LICITANTES das exigências estabelecidas no **item 7 do Anexo 2** deste Edital.
- 13.8 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito pela CEL, observado o disposto no **item 8 do Anexo 2** deste Edital.

14 HABILITAÇÃO JURÍDICA, REGULARIDADE FISCAL E QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- 14.1 Serão analisados os documentos de Habilitação das LICITANTES declaradas classificadas pela CEL no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme previsto no **subitem 11.37.7**.
- 14.2 As LICITANTES poderão optar pela forma de efetuar sua habilitação jurídica, regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira de acordo com as condições estabelecidas no **Anexo 5** deste Edital.
- 14.3 Os documentos de habilitação exigidos deverão ser apresentados, na data de entrega, conforme **subitens 7.21 a 7.24** do Edital, em original, em cópia autenticada por cartório ou, ainda, em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original para conferência pela CEL, no ato da abertura do INVÓLUCRO nº 5 – HABILITAÇÃO.
- 14.4 A LICITANTE declarada classificada pela CEL, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, que não apresentar os Documentos de Habilitação na Segunda Sessão Pública, será eliminada do certame.

15 FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

- 15.1 Após o julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a análise dos documentos de habilitação, a homologação do resultado pela autoridade competente e a adjudicação do objeto, o Banco Do Brasil S.A. e as LICITANTES vencedoras poderão firmar contratos específicos visando a execução do objeto desta licitação nos termos da minuta de contrato que integra este Edital – **Anexo 11**.
- 15.2 As LICITANTES vencedoras terão o prazo de **5 (cinco)** dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o contrato.
- 15.2.1 Este prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado por qualquer uma das LICITANTES vencedoras durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado, aceito pelo BANCO.
- 15.3 No ato da contratação, as LICITANTES vencedoras deverão apresentar:
- a) documento que habilite o seu representante a assinar o contrato em nome da empresa;
 - b) declaração de que a LICITANTE não está prestando serviços de publicidade a empresas concorrentes mercadológicas do Banco do Brasil S.A.

- c) a assinatura do contrato estará condicionada à manutenção das condições de participação (**item 9**) e exigências de habilitação (**Anexo 5**);
- 15.4 Considerando que o BANCO implementou a avaliação de fornecedores por meio de *Due Diligence*, e que a referida ferramenta permite aumentar a segurança nas contratações e na gestão, ficam as LICITANTES vencedoras cientes da obrigatoriedade de responder e encaminhar o questionário indicado no **Documento 7** da minuta do contrato, para o e-mail disec.gesic@bb.com.br e disec.forneceaquibb.com.br, no prazo máximo de 3 (três) dias úteis, contados da convocação para assinatura do contrato/ata, observando que a entrega do questionário respondido é fator determinante para a assinatura do contrato.
- 15.4.1 O preenchimento/encaminhamento do questionário indicado neste item poderá ser dispensado caso as LICITANTES vencedoras tenham entregado o mesmo preenchido, no prazo de **1 (um)** ano, contado da data limite para assinatura do instrumento contratual que o tenha exigido.
- 15.5 A recusa injustificada das LICITANTES VENCEDORAS em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido no **subitem 15.2** caracterizará o descumprimento total das obrigações assumidas, reservando-se ao BANCO o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, realizar nova licitação ou convocar as LICITANTES remanescentes, respeitada a ordem de classificação.
- 15.6 As LICITANTES remanescentes convocadas na forma do **subitem 15.5**, que não concordarem em assinar o contrato, não estarão sujeitos às penalidades mencionadas no **item 18**.
- 16 CONDIÇÕES CONTRATUAIS**
- 16.1 Constam da Minuta de Contrato - **Anexo 11**.
- 17 GARANTIA**
- 17.1 Será exigido de cada CONTRATADA, durante toda a vigência do contrato, garantia no valor equivalente a **1% (um por cento)** do valor total do instrumento contratual, na forma da minuta constante do **Anexo 11**, devendo ser apresentado ao CONTRATANTE, no prazo máximo de **15 (quinze)** dias contados da data de assinatura do contrato, o comprovante de uma das modalidades descritas a seguir:
- a) caução em dinheiro;
- b) fiança bancária; ou
- c) seguro-garantia.
- 17.2 Utilizada a garantia, a CONTRATADA fica obrigada a integralizá-la no prazo de **5 (cinco)** dias úteis contados da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.
- 17.3 Em caso de fiança bancária, deverão constar no instrumento, os seguintes requisitos:
- 17.3.1 ser emitida por instituição financeira idônea, devidamente autorizada a funcionar no Brasil, que, em nome da CONTRATADA, garante a plena execução contratual e responde diretamente por eventuais danos que possam ser causados na execução contratual
- 17.3.2 prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato;
- 17.3.3 Registro no Cartório de Títulos e Documentos, conforme exigido no Artigo 129 da Lei nº 6.015/1973 (Lei de Registros Públicos);
- 17.3.4 expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal do pagador, fará o pagamento ao Banco do Brasil S.A., independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- 17.3.5 declaração da instituição financeira de que a carta fiança é concedida em conformidade com o disposto no Artigo 34 da Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de

- 1964, nos termos do Artigo Segundo da Resolução CMN nº 2.325, de 30 de outubro de 1996, do Conselho Monetário Nacional;
- 17.3.6 expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil; e
- 17.3.7 cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.
- 17.4 Não será aceita fiança bancária que não atenda aos requisitos estabelecidos no **subitem 17.3**.
- 17.5 Em se tratando de seguro-garantia:
- 17.5.1 a apólice deverá indicar o CONTRATANTE como beneficiário e que o seguro garante o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela contratada, no instrumento contratual, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, até o valor da garantia fixado na apólice;
- 17.5.2 a apólice deverá conter cláusula adicional, que possua abrangência sobre as Ações Trabalhistas e Previdenciárias, até 90 (noventa) dias após a finalização do contrato, respeitando as Condições da Circular SUSEP Nº 662, de 11 de abril de 2022; e
- 17.5.3 não será aceita apólice que contenha cláusulas contrárias aos interesses do BANCO.
- 17.6 O valor da garantia somente poderá ser disponibilizado à CONTRATADA quando do término ou rescisão do contrato, desde que não possua dívida inadimplida com o CONTRATANTE, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, e mediante expressa autorização deste.
- 17.7 O valor em dinheiro depositado em caução será administrado pelo BANCO DO BRASIL S.A., por meio de aplicações financeiras, de comum acordo com a CONTRATADA, que terá acesso aos extratos de simples verificação da conta de caução.
- 17.8 O CONTRATANTE poderá utilizar a garantia contratual, a qualquer momento, para se ressarcir das despesas decorrentes de quaisquer obrigações inadimplidas da CONTRATADA.
- 17.9 Toda e qualquer garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência do contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.
- 18 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**
- 18.1 A LICITANTE que apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução do seu objeto, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar na execução do contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal e que, convocada, não assinar o contrato, ficará sujeita às seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao BANCO pelo infrator, na forma da legislação.
- 18.2 As seguintes sanções poderão ser aplicadas às LICITANTES, sem prejuízo da reparação dos danos causados ao BANCO pelo infrator, na forma da legislação:
- 18.2.1 advertência;
- 18.2.2 multa;
- 18.2.3 suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o BANCO e suas subsidiárias, por período não superior a **2 (dois)** anos;
- 18.3 A advertência poderá ser aplicada quando ocorrer:
- a) descumprimento das obrigações editalícias ou contratuais que não acarretem prejuízos para o BANCO; e

- b) execução insatisfatória ou pequenos transtornos ao desenvolvimento dos serviços, desde que sua gravidade não recomende a aplicação da suspensão temporária.
- 18.4 A multa poderá ser aplicada nos percentuais e condições indicados no Contrato.
- 18.5 A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções, não terá caráter compensatório, e a sua cobrança não isentará a CONTRATADA da obrigação de indenizar eventuais perdas e danos.
- 18.6 A multa aplicada à CONTRATADA e os prejuízos por ela causados ao BANCO serão deduzidos de qualquer crédito a ela devido, cobrados diretamente ou judicialmente.
- 18.7 A CONTRATADA desde logo autoriza o CONTRATANTE a descontar dos valores a ele devidos o montante das multas a ela aplicadas.
- 18.8 A suspensão temporária descrita no **subitem 18.2.3** poderá ser aplicada quando ocorrer:
- 18.8.1 apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- 18.8.2 Não apresentação ou atraso na entrega dos documentos previstos no **item 14** do Edital, sem as justificativas aceitas pela CEL, ou na hipótese de apresentação destes em desacordo com as especificações previstas nos termos deste Edital, que, para todos os efeitos, será considerada como não entregue;
- 18.8.3 retirada da proposta, sem que a Comissão de Licitação tenha aceitado as justificativas apresentadas;
- 18.8.4 recusa injustificada em assinar o contrato, dentro do prazo estabelecido pelo BANCO;
- 18.8.5 reincidência de execução insatisfatória dos serviços contratados;
- 18.8.6 atraso, injustificado, na execução/conclusão dos serviços, contrariando o disposto no contrato;
- 18.8.7 reincidência na aplicação das penalidades de advertência ou multa;
- 18.8.8 irregularidades que ensejem a frustração da licitação ou a rescisão contratual;
- 18.8.9 condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- 18.8.10 prática de atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação ou prejudicar a execução do contrato;
- 18.8.11 prática de atos ilícitos que demonstrem não possuir a LICITANTE idoneidade para contratar com o BANCO;
- 18.8.12 Quando constatada a má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo do BANCO;
- 18.9 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, que prevê defesa prévia do interessado no prazo de **10 (dez)** dias úteis, sendo-lhe franqueada vista ao processo.
- 18.9.1 Nos casos de aplicação das sanções de multa inexecutória e/ou suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o BANCO, será aberto prazo de **2 (dois)** dias úteis para apresentação de recurso, após a notificação da decisão.
- 18.10 Aplica-se a esta licitação e aos contratos dela decorrentes, a responsabilização objetiva administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública nacional e estrangeira, na forma da Lei 12.846/2013, de 1º de agosto de 2013.
- 19 DISPOSIÇÕES FINAIS**
- 19.1 A presente licitação não obriga necessariamente em contratação. O BANCO poderá revogá-la, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivadas de fato

- superveniente, e deverá anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação, mediante ato escrito e fundamentado, disponibilizado para conhecimento das LICITANTES da licitação.
- 19.2 As LICITANTES intimadas no âmbito das diligências previstas no **subitem 11.6** deverão prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo determinado pela CEL, sob pena de desclassificação ou inabilitação.
- 19.3 É facultado à Subcomissão Técnica, à CEL ou à autoridade a elas superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documentos. Nesse caso, ficarão suspensos todos os prazos eventualmente em curso, até o término efetivo das diligências promovidas.
- 19.2.1 Em caso de diligência, a CEL ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto a autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do INVÓLUCRO nº 2.
- 19.4 As LICITANTES intimadas na forma do **subitem 19.3** deverão prestar os devidos esclarecimentos adicionais, por escrito, no prazo determinado pela CEL ou Subcomissão Técnica, sob pena de desclassificação ou inabilitação.
- 19.5 Todas as decisões deste Edital, assim como os compromissos assumidos pelas LICITANTES vencedoras, em suas propostas e seus respectivos anexos, farão parte dos contratos, independentemente de transcrição.
- 19.6 Todas as decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas às LICITANTES mediante intimação, a qual poderá se dar nas próprias reuniões – se presentes representantes de todas as LICITANTES – por e-mail ou por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento, ou, ainda, mediante publicação no endereço Eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> Licitações – Lei nº 13.303/2016 >> Licitações Presenciais.
- 19.7 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pelas LICITANTES vencedoras que tenham servido de base para o julgamento das Propostas Técnicas.
- 19.8 As campanhas publicitárias propostas pelas LICITANTES no âmbito da Proposta Técnica deste certame poderão ser, posteriormente, ajustadas e executadas pelo BANCO, a seu critério, caso sejam de autoria de uma das empresas vencedoras.
- 19.9 No prazo máximo de **30 (trinta)** dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, as AGÊNCIAS deverão comprovar que possuem, em Brasília (DF), estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao BANCO, representada, no mínimo, pelos perfis profissionais estabelecidos na **Cláusula Décima Sétima da Minuta de Contrato** constante do **Anexo 11** deste Edital.
- 19.10 As LICITANTES vencedoras que vierem a firmar contrato com o BANCO se obrigam a manter durante todo o processo licitatório e durante a execução do contratual, as condições de qualificação técnica e habilitação exigidas nesta LICITAÇÃO.
- 19.11 O conteúdo das Propostas Técnicas e de Preços apresentadas pelas LICITANTES no presente certame não poderá ser informado, recebido ou discutido com qualquer outro participante do certame, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, antes da abertura oficial das propostas.
- 19.12 Até a assinatura do contrato, as LICITANTES vencedoras poderão ser desclassificadas caso envolvam-se em atos ou fatos desabonadores noticiados e comprovados, independentemente de solicitação.

- 19.12.1 Se ocorrer a desclassificação de LICITANTE vencedora por fatos referidos no item precedente, o BANCO poderá convocar as LICITANTES remanescentes, por ordem de classificação, ou revogar esta LICITAÇÃO.
- 19.13 Se as LICITANTES declaradas vencedoras se recusarem a constituir a garantia contratual ou a assinar o contrato, o BANCO aplicará as sanções e penalidades previstas no **item 18**.
- 19.13.1 O disposto no item anterior não se aplica às LICITANTES convocadas na forma do **subitem 15.6**.
- 19.14 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio de igualdade entre as LICITANTES.
- 19.15 Havendo indícios de conluio entre as LICITANTES ou de qualquer ato de má fé, o BANCO adotará as providências cabíveis junto aos Órgãos competentes do Poder Público.
- 19.16 É vedado às LICITANTES tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, de acordo com o **art. 337-I do Código Penal Brasileiro**.
- 19.17 Antes do aviso oficial do resultado desta LICITAÇÃO, a ser publicado no endereço Eletrônico <http://www.bb.com.br/editaislicitacoes> >> **Licitações – Lei nº 13.303/2016** >> **Licitações Presenciais**, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.
- 19.18 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e em seus Anexos observar-se-á o que segue:
- 19.18.1 Excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento;
- 19.18.2 Os prazos somente serão iniciados e vencidos em dias de expediente no BANCO.
- 19.19 O BANCO poderá, ainda, prorrogar, a qualquer tempo, os prazos para recebimento das propostas ou para sua abertura.
- 19.20 Na ocorrência de qualquer fato superveniente ou na hipótese de caso fortuito ou de força maior será observado o seguinte:
- 19.20.1 Se o fato impedir a realização da sessão pública, esta será adiada;
- 19.20.2 Os prazos que estiverem em curso serão suspensos, voltando a correr assim que a situação estiver normalizada.
- 19.21 A LICITANTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação.
- 19.21.1 A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação do LICITANTE que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido a vencedora, a rescisão do contrato, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 19.22 Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Subcomissão Técnica e pela Comissão Especial de Licitação – conforme o caso.
- 19.23 O foro designado para julgamento de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital será o da Circunscrição Judiciária de Brasília - DF.

Brasília (DF), dd de mm de aaaa.

Presidente Comissão de Licitação

ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DO OBJETO DA LICITAÇÃO

DESCRIÇÃO DO OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1. OBJETO

- 1.1 Contratação de serviços de publicidade a serem prestados por **4 (quatro)** agências de propaganda para o BANCO e para as demais empresas que integram o Conglomerado Banco do Brasil S.A., inclusive as que vierem integrá-lo, de acordo com as condições e exigências estabelecidas neste Edital.
- 1.2 Os serviços a serem prestados compreendem o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 1.3 Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à atuação publicitária do BANCO, abrangendo 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 em decorrência da execução dos contratos;
 - b) à produção e à execução técnica das peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
 - c) à criação, ao desenvolvimento, à contratação e/ou à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, bem como à otimização e ao controle de sua execução.
- 1.4 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 13.303/2016 e do Regulamento de Licitações do Banco do Brasil - RLBB, publicado em 27/08/2021, obedecendo os termos e as condições estabelecidas neste Edital e nas Propostas Técnica e de Preços apresentadas no certame, independentemente de transcrição.

2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

- 2.1 O estudo e o planejamento, previstos do **subitem 1.2**, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos e superação dos desafios de comunicação e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
- 2.2 As pesquisas a que se refere a alínea 'a' do **subitem 1.3** serão realizadas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação das campanhas publicitárias do BANCO. A escolha do fornecedor especializado (instituto de pesquisa) que realizará as pesquisas, especificadas no **subitem 2.3**, será feita em acordo entre AGÊNCIA e BANCO, pautada em critérios técnicos e seguindo procedimento de seleção de fornecedores, previsto na **Cláusula Vigésima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo 11)**. As pesquisas terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do BANCO, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e campanhas publicitárias;
- b) aferir a proposição estratégica, a criação e as mensagens a serem divulgadas junto ao público-alvo da ação publicitária; e
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das peças e campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem aderência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

2.3 Especificações das pesquisas:

- a) Pré-teste de campanha: pesquisa vinculada à concepção e/ou ao desdobramento e à criação de campanhas, peças, materiais, projetos e ações publicitárias interativas, em canais como redes sociais e *mobile*, com o objetivo de testar a ação junto ao seu público-alvo, buscando identificar o entendimento dos conceitos e das mensagens a serem transmitidas, bem como a linha criativa mais adequada e outros elementos que compõem uma campanha, como atores, personagens, linguagem etc. Nessas pesquisas serão observadas as seguintes regras, cujos parâmetros de investimento poderão ser alterados no interesse do BANCO:
 - i. o BANCO poderá solicitar à CONTRATADA, sem custo adicional, a realização de **1 (uma)** pesquisa de pré-teste a cada campanha ou fase de campanha, cujo investimento seja igual ou superior a **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, de acordo com sua conveniência;
 - ii. o BANCO poderá solicitar à CONTRATADA, sem custo adicional, anualmente, a realização, de pesquisas de pré-teste, para até **2 (duas)** campanhas ou fase de campanha, cujo investimento seja inferior a **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, de acordo com sua conveniência;
 - iii. As metodologias a serem utilizadas na pesquisa de pré-teste serão a qualitativa e quantitativa, a saber:
 - a. na etapa qualitativa, a realização de até **6 (seis)** Grupos de Discussão, presenciais ou *on-line*, em até **3 (três)** praças, por pré-teste;
 - b. na etapa quantitativa, a realização de **800 (oitocentas)** entrevistas em **10 (dez)** praças, com distribuição da amostra respeitando a participação regional;
 - iv. o escopo acima definido aplica-se a campanhas com público-alvo pessoa física, pessoa jurídica, inclusive nichos ou segmentos específicos desses grupamentos;
 - v. o escopo acima poderá ser substituído por outras técnicas de pesquisa, a critério do BANCO, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;
 - vi. eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos incisos acima, será solicitada pelo BANCO e negociado entre as partes.
- b) Avaliação de resultados: pesquisa realizada para verificar a *performance* dos Indicadores de Comunicação e demais elementos técnicos de cada campanha.
- c) Percepção da publicidade: pesquisa realizada para analisar se as campanhas veiculadas pelo BANCO durante o ano foram percebidas pelos respectivos públicos-alvo, se os conceitos divulgados foram fixados e corretamente compreendidos e qual a contribuição dessas campanhas na percepção do posicionamento/propósito e na identidade da marca.
- d) Geração de conhecimento para ações de publicidade: pesquisa realizada para avaliar a aceitação do público-alvo sobre diferentes ideias criativas/conceitos e/ou auxiliar na escolha de mercados/público-alvo, mensagens publicitárias, slogans, nomes, mídias ou veículos de comunicação.

- 2.4 O instituto de pesquisa ficará responsável pela realização das pesquisas, descritas nas alíneas 'a', 'b', 'c' e 'd' do **subitem 2.3**, por período de **12 (doze)** meses, para um melhor aproveitamento do histórico das informações levantadas nas análises dos resultados e para uma execução mais ágil das pesquisas. Nos meses subsequentes, a critério do BANCO, o contrato com o instituto de pesquisa poderá ser renovado.
- 2.5 Qualquer intenção de alteração de instituto de pesquisa, a pedido das AGÊNCIAS, deverá ser informada ao BANCO, com um prazo mínimo de **2 (dois)** meses do final do contrato vigente com o instituto, para sua análise e eventual anuência. Caso haja concordância do BANCO com a alteração, deverá ser iniciado novo processo de seleção de fornecedor especializado, tal como disposto no **subitem 2.2**.
- 2.6 A cotação de preços e a seleção dos fornecedores especializados, para realização dos serviços de pesquisa deverá ser realizada junto a empresas previamente cadastradas no Cadastro Técnico - CATEC de fornecedores do BANCO e no Cadastro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR.
- 2.7 Dentre os serviços especializados a que se refere a alínea 'c' do **subitem 1.3** deste Anexo, compreendem:
- a) as tecnologias e ferramentas de monitoramento, análise e otimização das ações publicitárias, a exemplo das ferramentas: *Data Management Platform (DMP)*; *Demand Side Platform (DSP)*; *Mobile Management Platform (MMP)*; *Customer Relationship Management (CRM)*; ferramentas de atribuição de mídia; mídia programática; *Adserver*, entre outras;
 - b) a implementação, execução e acompanhamento tempestivo de estratégias de mídia *on-line* e de *performance*;
 - c) o monitoramento da atuação publicitária da concorrência, nas diversas mídias, inclusive mídias sociais, com apresentação mensal das informações quantitativas e qualitativas solicitadas pelo BANCO; e
 - d) qualquer outra forma inovadora, que venha a surgir, destinada à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, que se enquadre nesta categoria de serviços publicitários e que seja reconhecida pelo BANCO.
- 2.8 A seleção dos fornecedores especializados e a cotação de preços dos serviços, previstos nas **alíneas 'a', 'b' e 'c'** do **subitem 1.3**, deverão ser realizadas junto a empresas cadastradas junto à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR.
- 2.9 Os serviços e atividades complementares previstas nos **subitens 1.2 e 1.3**, os quais constituem o objeto da presente contratação, não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 2.10 Excluem-se do conceito de patrocínio acima mencionado os projetos de mídia relacionados à compra de tempos e espaços publicitários em veículos ou em plataformas de comunicação e divulgação.
- 2.11 Durante a execução contratual, não há impedimento de que a AGÊNCIA proponha estratégias de comunicação integrada, abrangendo, além do esforço publicitário, ações em outras ferramentas de comunicação, ficando a implementação dessas ações a critério do BANCO, no âmbito dos respectivos contratos.
- 2.12 As AGÊNCIAS contratadas não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços e das atividades complementares previstas nos **subitens 1.2 e 1.3**.
- 2.13 As AGÊNCIAS contratadas atuarão por conta e ordem do BANCO em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços

especializados para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.3**.

- 2.14 As AGÊNCIAS atuarão de acordo com as solicitações do BANCO, indistinta e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços e das atividades complementares previstas nos **subitens 1.2 e 1.3**.
- 2.15 No desenvolvimento das ações de publicidade vinculadas ao objeto da presente contratação, o BANCO adotará o procedimento de Seleção Interna entre as AGÊNCIAS, conforme disposições constantes da Lei nº 13.303/2016 e do § 2º do art. 97 do Regulamento de Licitações do Banco do Brasil – RLBB, com metodologia aprovada pela área competente e divulgada na Imprensa Oficial (versão resumida) e no site do BANCO (versão integral) - **bb.com.br/editaislicitacoes > Relações com Fornecedores > Compras e Contratações > Serviços de Publicidade e Patrocínio > Procedimento de seleção interna entre as Agências de Publicidade e Propaganda**. A metodologia poderá ser alterada, a critério do BANCO, seguindo os preceitos legais de divulgação, bem como de comunicação formal para as AGÊNCIAS contratadas.

ANEXO 2 - PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇO**ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO****1. PROPOSTA TÉCNICA**

- 1.1. Na elaboração das respectivas Propostas Técnicas, as LICITANTES deverão observar os **itens 7 e 13** do presente Edital, além das especificações estabelecidas neste Anexo.
- 1.2. A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os seguintes quesitos e subquesitos:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	a. Raciocínio Básico
	b. Estratégia de Comunicação Publicitária
	c. Ideia Criativa
	d. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	a. Clientes
	b. Informações de Marketing
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

- 1.3. No julgamento dos quesitos e subquesitos que integram a Proposta Técnica, a Subcomissão Técnica deverá considerar as informações estabelecidas a seguir e aplicar, objetivamente, as regras de pontuação dispostas no **item 6** e nas PLANILHAS DE AVALIAÇÃO – INVÓLUCRO nº 1 e INVÓLUCRO nº 3, constante do **Documento nº 01**, ambos do **Anexo 2** deste Edital, com base na análise e no julgamento das informações apresentadas pelas LICITANTES.

2. QUESITO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- 2.1. As LICITANTES apresentarão o Plano de Comunicação Publicitária elaborado com base no **BRIEFING** constante do **Anexo 3** deste Edital.
- 2.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado em **2 (duas)** vias – Não Identificada e Identificada – que deverão ser acondicionadas separadamente nos INVÓLUCROS nº 1 e 2, conforme **subitens 7.2 a 7.11** deste Edital.
- 2.3. A via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária 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.
- 2.4. A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, com os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser:
- redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente;
 - elaborada em arquivo digital com formato pdf, dimensões A4, orientação retrato;
 - com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;

- d. com texto e numeração das páginas em fonte arial 12, na cor preta;
 - e. com espaçamento simples entre linhas e duplo após os títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - f. com textos justificados;
 - g. sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
 - h. com todas as páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
 - i. ser apresentado em arquivo digital único, em formato pdf, contendo os 4 (quatro) subquesitos; e.
 - j. sem identificação da LICITANTE.
- 2.5. A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – sem os exemplos de peças e/ou materiais que integram o subquesito Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da Via Não Identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datada e assinada (assinatura eletrônica ou física) na última página, pelo representante legal da LICITANTE.
- 2.6. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas, observando as seguintes regras:
- a. os gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores; e
 - b. os dados e informações dos gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas devem ser editados na fonte arial tamanho 10.
- 2.7. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ser apresentadas na orientação paisagem.
- 2.8. Os exemplos de peças e/ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do arquivo digital único do Plano de Comunicação Publicitária.
- 2.9. Os exemplos de peças não poderão conter a identificação da LICITANTE e deverão ser agrupados em pasta específica na mesma mídia de armazenamento do Plano de Comunicação Publicitária. A pasta deverá ter como nome "Ideia Criativa - Exemplos de Peças".
- 2.10. As tabelas, gráficos, infográficos e planilhas do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser elaboradas com fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e ser editadas em cores.
- 2.11. No cálculo da alocação dos valores destinados à produção das peças e/ou materiais que integram o subquesito Ideia Criativa e à veiculação da campanha, do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, as LICITANTES utilizarão como referencial a verba indicada no *BRIEFING*. Para composição dos custos de produção as LICITANTES deverão considerar os valores de mercado e para indicação dos custos de mídia, as LICITANTES deverão considerar valores de tabela cheia dos veículos, sem desconto, na data de divulgação deste Edital.
- 2.12. Para os veículos que estabelecem os preços para aquisição de tempos e espaços na modalidade leilão, deverão ser considerados os valores resultantes das simulações feitas nesses veículos/plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela LICITANTE.
- 2.13. As informações pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitadas a **16 (dezesseis)** páginas, sendo **10 (dez)** páginas para o conjunto de informações dos

subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa; e **6 (seis)** páginas para o subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia.

- 2.14. Os exemplos de peças e/ou materiais publicitários que integram o subquesto Ideia Criativa, não serão computados no limite estabelecido no **subitem 2.13**.
- 2.15. As tabelas, gráficos, infográficos e planilhas, relacionados ao subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, não tem limitação quanto ao número de páginas e não serão computados no limite estabelecido no **subitem 2.13**. No entanto, a LICITANTE deve atentar para que a inserção dessas informações tenha por objetivo fundamentar e materializar a defesa e tática de mídia, evitando a inclusão de informações sem vinculação objetiva com estratégia e tática propostas nesse subquesto.
- 2.16. Na proposição dos conteúdos que compõem os subquestos que integram o Plano de Comunicação Publicitária, as LICITANTES deverão considerar as informações dispostas a seguir:

SUBQUESTO RACIOCÍNIO BÁSICO

- 2.17. Apresentação em que a LICITANTE demonstrará sua compreensão e entendimento sobre as questões fundamentais a partir da análise do *BRIEFING*, para proposição da solução publicitária, com diagnóstico/avaliação a respeito dos desafios e objetivos de comunicação definidos pelo BANCO.

JULGAMENTO DO SUBQUESTO RACIOCÍNIO BÁSICO

- 2.18. Para avaliação do subquesto Raciocínio Básico, a Subcomissão Técnica deverá verificar a acuidade demonstrada pela LICITANTE na compreensão:
- das características do BANCO e de sua estratégia em relação à comunicação publicitária;
 - da natureza, da extensão e da qualidade das relações do BANCO com seus públicos;
 - do papel e dos desafios do BANCO no atual contexto social, econômico e concorrencial;
 - e
 - do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *BRIEFING*.

SUBQUESTO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- 2.19. Apresentação em que a LICITANTE deve explicitar e defender o partido temático (elemento central da ideia criativa) e o *slogan* e seus desdobramentos que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentarão a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, além de defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar e que indicadores de mensuração de resultados serão aplicados.

JULGAMENTO DO SUBQUESTO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- 2.20. Para avaliação do subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária, a Subcomissão Técnica deverá verificar:
- a capacidade de concatenar os conhecimentos sobre o BANCO, o mercado no qual se insere, o desafio e os objetivos de comunicação junto aos públicos estabelecidos no *BRIEFING*, no âmbito da estratégia;

- b. a adequação do partido temático (elemento central da ideia criativa), do *slogan* e seus desdobramentos, em face do desafio e dos objetivos de comunicação;
- c. a consistência técnica da Estratégia de Comunicação Publicitária, destacadamente quanto ao que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar; e que indicadores de desempenho aplicar;
- d. a consistência técnica e exequibilidade da estratégia em todas as fases propostas, bem como seu alinhamento com o Raciocínio Básico;
- e. a adequação e otimização no uso e distribuição do investimento disponibilizado no *BRIEFING*.

SUBQUESTO IDEIA CRIATIVA

2.21. Apresentação da proposta de campanha publicitária, desenvolvida com base nas informações constantes do *BRIEFING*, contemplando:

2.21.1. uma relação de todas as peças e/ou materiais publicitários que julgar necessários para a execução da sua proposta, com descrição sucinta de cada uma, circunscrita à sua especificação e à explicitação de sua finalidade e funções táticas; e

2.21.2. até **12 (doze)** exemplos das peças e/ou materiais publicitários, constantes da relação prevista no subitem anterior, que a LICITANTE julgar mais adequados para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas a seguir:

2.21.2.1. Os exemplos das peças e/ou materiais dispostos no **subitem 2.21.2** podem ser apresentados sob a forma de:

- a. roteiro, leiaute ou *storyboard*, para qualquer peça e meio;
- b. “monstro”/leiaute eletrônico, para TV, cinema, rádio e internet; ou
- c. *storyboard* animado/*animatic* para TV, cinema e internet.

2.21.2.2. Na elaboração do “monstro” para TV, cinema ou internet poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas ou em movimento, além de trilha, voz de personagens e locução.

2.21.2.3. Os “monstros” e os *storyboards* animados deverão ser apresentados em formatos digitais, executáveis exclusivamente em computadores pessoais com sistema operacional Windows, e não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

2.21.2.4. As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, mov, mp4 dentre outros, desde que possam ser reproduzidas, exclusivamente, em computadores pessoais com sistema operacional Windows.

2.21.2.5. Para fins de cômputo dos exemplos das peças que podem ser apresentadas, até o limite de 12 (doze), devem ser observadas as seguintes regras:

- a. as reduções e variações de formato serão consideradas como peças individuais;
- b. cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c. peças sequenciais, a exemplo de painéis sequenciais de mídia exterior/outdoor, serão consideradas uma peça, se o conjunto transmitir uma mensagem única;
- d. um *hotsite*/página receptiva e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

- e. um filme e o hotsite/página receptiva em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f. um banner e o hotsite/página receptiva para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g. um hotsite/página receptiva cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado, será considerado uma peça.

JULGAMENTO DO SUBQUESITO IDEIA CRIATIVA

2.22. Para avaliação do subquesto Ideia Criativa, a Subcomissão Técnica deverá verificar:

- a. a pertinência da campanha publicitária ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos no *BRIEFING* e o seu alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- b. a originalidade da solução criativa, a criatividade na combinação dos elementos que a constituem e sua capacidade de contribuir para superação do desafio e alcance dos objetivos de comunicação estabelecidos no *BRIEFING*;
- c. a adequação da linguagem com os públicos-alvo, a clareza das mensagens divulgadas e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- d. a adequação das peças e/ou materiais com os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação e com os canais proprietários do BANCO;
- e. a exequibilidade das peças e/ou materiais, bem como de todos os elementos propostos, com base na verba referencial indicada no *BRIEFING*.

SUBQUESITO ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

2.23. Apresentação em que a LICITANTE explicitará a defesa da estratégia e das táticas de mídia e não mídia, em consonância com os objetivos e públicos-alvo estabelecidos e com a Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, por ela proposta, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, observadas as condições estabelecidas a seguir:

- 2.23.1. Na estratégia de não mídia deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do BANCO, a divulgação de conteúdo publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc), em formato orgânico, dentre outros a critério da LICITANTE.
- 2.23.2. Na simulação de plano de distribuição de mídia, a LICITANTE identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, à exposição ou à distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.
- 2.23.3. A LICITANTE deverá informar em quais ferramentas e/ou plataformas de comunicação e divulgação realizou a(s) simulações de cada meio, de forma a projetar os resultados esperados, face aos objetivos de comunicação e ao investimento disponível, observadas as seguintes orientações:
 - a. os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso desta LICITAÇÃO;
 - b. devem ser desconsiderados os custos internos, os honorários referentes à execução da publicidade *on-line* e o repasse de parcela do desconto-padrão de agência, concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

- c. para veículos/plataformas de comunicação e divulgação, que estabelecem os preços para aquisição de tempos e espaços na modalidade leilão (Ex: Google, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, Kwai etc), deverão ser utilizadas as ferramentas de simulação desses veículos/plataformas para definição dos investimentos, anexadas os documentos de comprovação dessas simulações, os quais não impactarão no limite de páginas disposto no **subitem 2.13**;
- d. deve ser apresentado, ainda, quadro-resumo, com informações sobre, pelo menos:
 - i. o período de distribuição/veiculação das peças e/ou materiais publicitários de acordo com a estratégia proposta;
 - ii. os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos/plataformas de comunicação e divulgação, separadamente por meios;
 - iii. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos/plataformas de comunicação e divulgação;
 - iv. Os valores (absolutos e percentuais) alocados em *Adserver* e envio de *links*;
 - v. as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
 - vi. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia; e
 - vii. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

JULGAMENTO DO SUBQUESITO ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

2.24. Para avaliação do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, a Subcomissão Técnica deverá verificar:

- a. o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica aplicada, e evidenciada na estratégia e tática de ações de mídia e não mídia;
- b. a adequação da estratégia e tática de mídia e não mídia em face do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *BRIEFING*, bem como seu alinhamento com os subquestos Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa;
- c. a consistência técnica do plano simulado, bem como a adequação dos resultados esperados para o atingimento dos objetivos de comunicação;
- d. a economicidade e rentabilização da aplicação da verba estabelecida na tática de mídia, evidenciada pela adequação da seleção de meios, veículos, formatos e programação;
- e. adequação da proposição de indicadores de desempenho, com uso de dados para formulação da estratégia e/ou da tática de mídia, bem como sua utilização para otimizações durante a campanha e avaliação de resultados; e
- f. a adequação demonstrada no uso dos canais proprietários do BANCO, se for o caso.

2.25. A critério do BANCO, as propostas de campanhas das LICITANTES que vierem a ser contratadas, em decorrência do presente certame, poderão vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações.

3. QUESITO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- 3.1. 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 formato A4, em fonte Arial, tamanho 12, em páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira, assinadas (assinatura eletrônica ou física) na última por seu representante legal.
- 3.2. Os documentos e informações e o caderno específico não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do INVÓLUCRO nº 2.
- 3.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de informações em que a LICITANTE apresentará os seguintes subquesitos:

SUBQUESITO CLIENTES

- 3.4. Atestado(s), certidão(ões), declaração(ões) de, no máximo, **6 (seis)** clientes para os quais a LICITANTE presta e/ou prestou serviços publicitários integrados de estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles e o montante do orçamento publicitário, executado num período mínimo de 12 (doze) meses, exclusivamente, pela LICITANTE.
 - 3.4.1. É vedada a inclusão no montante de orçamento publicitário, executado pela LICITANTE, de valores referentes à execução de outros serviços de comunicação prestados ao declarante, tais como comunicação digital, *live marketing* (promoção), assessoria corporativa, relações públicas, assessoria de imprensa, dentre outras.
- 3.5. As LICITANTES deverão considerar o(s) período(s) de atendimento mínimo de 12 (doze) meses, podendo ser apresentados atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) de clientes anteriores atendidos a partir de **1º de janeiro de 2017**.
- 3.6. O(s) atestado(s), certidão(ões), declaração(ões) deverá(ão) ser fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a LICITANTE executado serviços de publicidade, pertinentes e compatíveis com o objeto desta licitação, tal como definido no **subitem 3.4**.
- 3.7. O(s) atestado(s), certidão(ões), declaração(ões) deverá(ão) ser assinados (física ou eletronicamente) por representante das empresas declarantes, com indicação de nome, cargo/função, e-mail e telefone para contato.

JULGAMENTO DO SUBQUESITO CLIENTES

- 3.8. Para avaliação deste subquesito, será considerado o porte dos Clientes, com base no montante do orçamento publicitário executado, anualmente e exclusivamente, pela LICITANTE.

SUBQUESITO INFORMAÇÕES DE MARKETING

- 3.9. Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e de auditoria de circulação e de controle de mídia, ferramentas e metodologias de acompanhamento, otimização e avaliação de resultados, que as LICITANTES colocarão

regularmente à disposição do BANCO, sem ônus adicional, durante a execução dos contratos.

3.10. As LICITANTES deverão considerar os portfólios obrigatórios e desejáveis pelo BANCO, abaixo descritos:

PORTFÓLIO OBRIGATÓRIO	PORTFÓLIO DESEJÁVEL
<p>Multimeios</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Target Group Index</u>: análise e compreensão de hábitos e atitudes de como o consumidor pensa, compra, assiste e se conecta em 15 mercados brasileiros. • <u>Monitor Evolution</u>: monitora mensalmente o investimento publicitário e desempenho de marcas, anunciantes e categorias de produtos nos principais veículos de comunicação do país. • <u>Commspoint Journey</u>: Otimiza o planejamento estratégico de comunicação, avaliando quantas pessoas do público-alvo serão influenciadas (alcance influente) e não apenas cobertas (alcance líquido). Permite uma visão holística de todo o processo de planejamento de mídia. <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Instar Analytics</u>: análise do comportamento das audiências e embasa a programação de mídia. • Instar Planning: otimiza de forma integrada e intuitiva o planejamento de televisão. <p>Rádio</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Easymedia</u>: análise do comportamento das audiências e embasa a programação de mídia. • <u>Instar Rádio</u>: otimiza de forma integrada e intuitiva o planejamento de rádio. <p>OOH/DOOH</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Mapa OOH</u>: oferece dados de audiência, alcance e frequência para o planejamento da mídia <i>Out-of-Home</i>. • <u>Geofusion</u>: ferramenta de geomarketing para análises de mercado e planejamento de mídia exterior com base no perfil das famílias brasileiras, consumo, empresas e pontos de contatos. <p>Jornal/Revista</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>IVC</u>: fornece serviços de auditoria e informação para edições impressas e digitais, além de inventários de OOH. 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Video Streaming Report</u>: ferramenta específica <i>on-line</i> com análises de consumo de vídeo e plataformas através de uma nova tecnologia chamada Focal Meter. • <u>Nielsen One</u>: fornece métricas de alcance e frequência através de programação linear, streaming, TV conectada (CTV), e canais digitais, possibilitando compra e venda mídia usando uma moeda única que seja confiável, independente e padronizada em toda a indústria. • <u>Ad Performance</u>: acompanha diariamente o desempenho das campanhas publicitárias de produtos concorrentes em TV. • <u>Merchanview</u>: avalia diariamente a presença e o desempenho de ações de merchandising em TV. • <u>Target Group Index Flash Financial</u>: fornece informações sobre a nova relação das pessoas com o mundo das finanças. • <u>TV Impact</u>: solução de TV <i>Attribution</i> capaz de calcular o impacto que cada inserção em TV gera no público por meio do monitoramento dos canais digitais da marca. • <u>SEMRUSH Business</u>: software para análise de mercado gerenciamento de dados, com ferramentas analíticas que objetivam melhorar a performance digital.

Internet

- **Comscore**: mensura o tráfego recebido por diversas propriedades na internet, como portais, verticais, redes sociais, vídeos e outras. Fornece dados para o entendimento de potencial de impacto e coberturas das diversas presenças digitais.

JULGAMENTO DO SUBQUESITO INFORMAÇÕES DE MARKETING

- 3.11. A avaliação deste subquesito será feita com base na relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a LICITANTE colocará regularmente à disposição do BANCO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato, considerados os portfólios indicados no **subitem 3.10**.

4. QUESITO RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 4.1. A LICITANTE deverá apresentar os documentos, as informações e as peças e/ou materiais publicitários que constituem este quesito em arquivo digital, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, e assinado (assinatura eletrônica ou física) na última por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 4.2. Os documentos, as informações e as peças e/ou materiais publicitários mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária antes da abertura do INVÓLUCRO nº 2.
- 4.3. Os relatos devem, obrigatoriamente, referirem-se a ações de publicidade concebidas, produzidas e veiculadas pela LICITANTE para os respectivos clientes, a partir de **1º de janeiro de 2019**.
- 4.4. Deverão ser apresentados até **2 (dois)** relatos, sendo necessariamente **1 (um)** relato de natureza mercadológica. A LICITANTE poderá escolher o segundo relato a ser apresentado, a seu critério, podendo referir-se à ação de publicidade institucional, de utilidade pública ou mercadológica.
- 4.4.1. Não serão aceitos relatos que envolvam serviços de natureza distinta ao objeto da presente contratação, tais como, ações de comunicação digital, de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa e de relações públicas, dentre outras.
- 4.4.2. Se a LICITANTE apresentar quantidade de relatos inferior à estabelecida no **subitem 4.4**, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade por ela apresentada.
- 4.5. Cada relato poderá ter no máximo **4 (quatro)** páginas, em que serão descritos, de forma sucinta e objetiva, o problema de comunicação enfrentado pelo cliente, a estratégia de comunicação publicitária e estratégia de mídia implementada pela LICITANTE, bem como a demonstração dos resultados alcançados.

- 4.6. Será permitida a inclusão de até **10 (dez)** peças e/ou materiais publicitários, em cada relato, independentemente do seu tipo ou de sua característica. No entanto, cada relato deverá conter, no mínimo, **3 (três)** peças de publicidade *on-line*.
- 4.7. Também deverá ser apresentada 1 (uma) listagem de todas as peças e/ou materiais publicitários desenvolvidos no âmbito do relato, com breve descrição de sua finalidade tática.
- 4.7.1. A página adicional prevista no **subitem 4.7** deverá ser incorporada ao final das **04 (quatro)** páginas do relato, previstas no **subitem 4.4**, como página de número 5, ou poderá ser apresentada de forma avulsa, a critério da LICITANTE.
- 4.8. As peças eletrônicas, previstas no **subitem 4.6**, como filmes, banners, spots e/ou jingles, deverão ser apresentadas em arquivos digitais, executáveis em sistema operacional Windows, em pastas específicas (Ex: Relato 1 - Peças e Relato 2 - Peças) na mesma mídia de armazenamento dos documentos deste quesito.
- 4.9. Cada relato deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente quanto à veracidade das informações prestadas pela LICITANTE, podendo ser aceitas assinaturas eletrônicas ou físicas, com nome, cargo/função e informações de contato (e-mail e telefone), de forma a atestar a sua autenticidade.
- 4.10. Os relatos apresentados neste quesito não poderão referir-se a ações desenvolvidas para o BANCO.

JULGAMENTO DO QUESITO RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 4.11. A avaliação de cada relato apresentado pela LICITANTE será feita com base nos critérios abaixo descritos:
- a. a consistência das relações entre o problema de comunicação e a solução publicitária;
 - b. a evidência de planejamento estratégico e sua corporificação na solução publicitária;
 - c. a originalidade e contemporaneidade da solução publicitária proposta em todos os seus elementos;
 - d. a adequação das peças às características dos públicos-alvo e dos meios de comunicação;
 - e. a qualidade da produção e da execução e do acabamento das peças e/ou dos materiais;
 - f. a evidência dos resultados da estratégia de mídia e não mídia (*on-line* e/ou *off-line*); e
 - g. a relevância dos resultados apresentados, destacadamente quanto a sua contribuição para a performance de negócios, imagem ou mídia, se aplicável.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 5.1. O julgamento das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de **100 (cem)** pontos e será apurado pela Subcomissão Técnica de acordo com os critérios estabelecidos nos **itens 2, 3 e 4**, acima dispostos, e segundo as regras de pontuação indicadas nas PLANILHAS DE AVALIAÇÃO – INVÓLUCRO nº 1 e INVÓLUCRO nº 3, constantes do **Documento nº 01** deste Anexo.

- 5.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá uma pontuação para cada quesito ou subquesito, utilizando números inteiros, na escala de 0 (zero) a 10 (dez), em múltiplos de **0,5 (cinco décimos)**, de acordo com os intervalos estabelecidos nas PLANILHAS DE AVALIAÇÃO – INVÓLUCRO nº 1 e INVÓLUCRO nº 3, constantes do **Documento nº 01** deste **Anexo**.
- 5.2.1. No quesito Capacidade de Atendimento, a pontuação dos subquesitos Clientes e Informações de Marketing será definida pelo cumprimento total, parcial (quando aplicável) ou não cumprimento dos critérios para eles estabelecidos.
- 5.3. A pontuação final de cada quesito e subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, com **2 (duas)** casas decimais.
- 5.4. A pontuação final da Proposta Técnica de cada LICITANTE corresponderá à soma das pontuações finais dos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 5.5. 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 sua pontuação máxima, observada a tabela do **subitem 5.6**, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Anexo.
- 5.5.1. Persistindo a diferença de pontuação, nos termos previstos no **subitem 5.5**, após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações destoantes, deverão registrar as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída nas atas de julgamento, previstas nas alíneas 'c' dos **subitens 11.30 e 11.32** deste Edital.
- 5.6. Será declarada classificada pela CEL a LICITANTE cuja Proposta Técnica atenda as exigências constantes deste Edital, observadas as condições reunidas na tabela a seguir:

PONTUAÇÃO - QUESITOS E SUBQUESITOS	MÁXIMA	MÍNIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária	75	56,25
a. Raciocínio Básico	5	3,75
b. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	15,00
c. Ideia Criativa	25	18,75
d. Estratégia de Mídia e Não Mídia	25	18,75
2. Capacidade de Atendimento	15	3,00
a. Clientes	12	0,50
c. Informações de Marketing	3	2,00
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	0,25
Relato 1	5	–
Relato 2	5	–
PONTUAÇÃO - PROPOSTA TÉCNICA	100	75

- 5.7. Será considerada desclassificada pela CEL a LICITANTE cuja Proposta Técnica não atenda as exigências constantes deste Edital e/ou que incorra em qualquer uma das situações abaixo descritas:
- apresentar informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação inequívoca da autoria do quesito Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
 - obtiver pontuação inferior aos valores mínimos estabelecidos para os quesitos e subquesitos, dispostos na tabela acima; e
 - apresentar qualquer documento, declaração ou atestado com conteúdo falso ou inverídico, mesmo que parcialmente.
- 5.8. A depender da gravidade da ocorrência, poderão ser relevados pela CEL e pela Subcomissão Técnica aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da licitação, nos termos do **subitem 11.5** deste Edital.
- 5.9. Se houver empate que impossibilite a identificação das **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão observados como critérios de desempate as maiores pontuações obtidas, sucessivamente, nos seguintes quesitos:
- quesito Plano de Comunicação Publicitária;
 - quesito Capacidade de Atendimento;
 - subquesito Ideia Criativa;
 - subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia;
 - subquesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
 - subquesito Clientes
- 5.10. Persistindo o empate será adotado sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público para o qual todas as LICITANTES serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.
- 5.11. Decorridos 30 (trinta) minutos da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências.

6. PROPOSTA DE PREÇO

- 6.1. A Proposta de Preços contemplará quesito vinculado à remuneração das AGÊNCIAS a serem contratadas e as LICITANTES deverão observar os **itens 7 e 13** do presente Edital, além das especificações estabelecidas neste Anexo, na elaboração das respectivas propostas.
- 6.2. A Proposta de Preços da LICITANTE deverá ser apresentada em documento único, com a identificação da LICITANTE, com páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada (assinatura eletrônica ou física) na última página, por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 6.3. O quesito a ser valorado pelas LICITANTES está disposto no **subitem 2.1** do Modelo de Proposta de Preços constante do **Anexo 4** deste Edital, ressalvado que, sem prejuízo da negociação prevista no **subitem 7.6** deste Anexo, não será aceito:
- Percentual de repasse ao BANCO inferior a **6,5% (seis e meio por cento)**, correspondente à parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de

comunicação e divulgação à LICITANTE, referente à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

- 6.4. O percentual de repasse de parcela do desconto-padrão disposto no **subitem 6.3** deverá ser apresentado pelas LICITANTES em valores numéricos, com **1 (uma)** casa decimal, e por extenso.
- 6.5. O percentual proposto é de exclusiva responsabilidade das LICITANTES e não lhes assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 6.6. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, **60 (sessenta)** dias corridos, contados de sua apresentação.
- 6.7. Além do desconto-padrão, as LICITANTES farão jus a honorários **15% (quinze por cento)**, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação que não lhe proporcione o desconto-padrão, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, referentes aos serviços prestados pela LICITANTE na execução da publicidade on-line.
- 6.8. As formas de remuneração previstas na **Clausula Quarta** da Minuta de Contrato (**Anexo 11**) aplicam-se também às veiculações realizadas no exterior, de acordo com a política de preços dos veículos/plataformas de comunicação e divulgação, no que diz respeito à prática, ou não, do desconto-padrão de agência.
- 6.9. O preço proposto **na alínea 'a' do subitem 6.3**, em conjunto com os honorários de **15% (quinze por cento)** previsto no **subitem 6.7**, deve contemplar todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços e as obrigações contratuais estabelecidas na Minuta de Contrato (**Anexo 11**), tais como, mas sem se limitar a, de pessoal, de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços.

7. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

- 7.1. As Propostas de Preço das LICITANTES classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus Anexos.
- 7.2. Será declarada desclassificada pela CEL a LICITANTE cuja Proposta de Preços não atenda as condições estabelecidas no **item 6** deste Anexo, que contiver preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços objeto desta contratação.
- 7.3. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a CEL considerará a informação apresentada por extenso.
- 7.4. Caso a Sessão Pública para abertura dos INVÓLUCROS nº 4 não ocorra na data inicialmente prevista, a CEL realizará diligência nos termos do §2º do art. 56 da Lei nº 13.303/2016 e §1º do Art. 21 do RLBB, com vistas a prorrogar o prazo de validade das Propostas de Preços disposto no **subitem 6.7**.
 - 7.4.1. A LICITANTE que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura do INVÓLUCRO nº 4, ou antes do encerramento do certame, será desclassificada pela CEL.

- 7.5. Será considerada a Proposta de menor preço a que contiver, o maior percentual de repasse disposto na **alínea 'a'** do **subitem 6.3**.
- 7.6. Se as **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento técnico não tiverem apresentado a Proposta de menor preço, nos termos estabelecidos no **subitem 7.5**, a CEL deverá proceder com elas negociação que terá como objetivo firmar a adoção do percentual presente na proposta de menor preço entre as LICITANTES classificadas no julgamento técnico.
- 7.7. No caso de insucesso da negociação prevista no subitem anterior com qualquer das **4 (quatro)** LICITANTES mais bem classificadas no julgamento técnico, procedimento idêntico será adotado pela CEL, sucessivamente, com as demais LICITANTES, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para as **4 (quatro)** contratações previstas no presente certame, podendo, ainda, o BANCO decidir, no seu interesse, pela homologação do procedimento licitatório e pela adjudicação do objeto para quantidade menor que **4 (quatro)** LICITANTES.
- 7.8. A LICITANTE que não concordar em negociar sua Proposta de Preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

8. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

- 8.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o critério de julgamento "melhor técnica".
- 8.2. Serão declaradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as **4 (quatro)** LICITANTES que:
- tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e
 - tenham apresentado a Proposta de menor preço ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista nos **subitens 7.6 e 7.7**.

DOCUMENTO Nº 01 DO ANEXO 2

PLANILHA DE AVALIAÇÃO - INVÓLUCRO Nº 1

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	CONCEITO / DESCRIÇÃO		NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
SUBQUESITO RACIOCÍNIO BÁSICO	Ótimo	Destacou-se no atendimento do subquesto, com pouca ou nenhuma deficiência relacionada aos critérios avaliáveis.	9,00 a 10,00	0,5	5
	Muito Bom	Demonstrou alto atendimento do subquesto, com deficiências pouco significativas relacionadas aos critérios avaliáveis.	5,50 a 8,50		
	Bom	Demonstrou atendimento mediano do subquesto, com deficiências significativas em relação aos critérios avaliáveis.	3,00 a 5,00		
	Regular	Demonstrou baixo atendimento do subquesto, com deficiências estruturantes em relação aos critérios avaliáveis.	0,50 a 2,50		
	Insuficiente	Não atendeu	0		
SUBQUESITO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Ótimo	Destacou-se no atendimento do subquesto, com pouca ou nenhuma deficiência relacionada aos critérios avaliáveis.	9,00 a 10,00	2,0	20
	Muito Bom	Demonstrou alto atendimento do subquesto, com deficiências pouco significativas relacionadas aos critérios avaliáveis.	5,50 a 8,50		
	Bom	Demonstrou atendimento mediano do subquesto, com deficiências significativas em relação aos critérios avaliáveis.	3,00 a 5,00		
	Regular	Demonstrou baixo atendimento do subquesto, com deficiências estruturantes em relação aos critérios avaliáveis.	0,50 a 2,50		
	Insuficiente	Não atendeu	0		
SUBQUESITO IDEIA CRIATIVA	Ótimo	Destacou-se no atendimento do subquesto, com pouca ou nenhuma deficiência relacionada aos critérios avaliáveis.	9,00 a 10,00	2,5	25
	Muito Bom	Demonstrou alto atendimento do subquesto, com deficiências pouco significativas relacionadas aos critérios avaliáveis.	5,50 a 8,50		
	Bom	Demonstrou atendimento mediano do subquesto, com deficiências significativas em relação aos critérios avaliáveis.	3,00 a 5,00		
	Regular	Demonstrou baixo atendimento do subquesto, com deficiências estruturantes em relação aos critérios avaliáveis.	0,50 a 2,50		
	Insuficiente	Não atendeu	0		
SUBQUESITO ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Ótimo	Destacou-se no atendimento do subquesto, com pouca ou nenhuma deficiência relacionada aos critérios avaliáveis.	9,00 a 10,00	2,5	25
	Muito Bom	Demonstrou alto atendimento do subquesto, com deficiências pouco significativas relacionadas aos critérios avaliáveis.	5,50 a 8,50		
	Bom	Demonstrou atendimento mediano do subquesto, com deficiências significativas em relação aos critérios avaliáveis.	3,00 a 5,00		
	Regular	Demonstrou baixo atendimento do subquesto, com deficiências estruturantes em relação aos critérios avaliáveis.	0,50 a 2,50		
	Insuficiente	Não atendeu	0		

PLANILHAS DE AVALIAÇÃO - INVÓLUCRO Nº 3

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	CONCEITO / DESCRIÇÃO		NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
SUBQUESTO CLIENTES	<u>Nível A:</u> Anunciantes com orçamento publicitário anual não inferior a R\$ 250 milhões (duzentos e cinquenta milhões), executado pela Licitante.	Para cada cliente Nível A apresentado.	1	2	12
	<u>Nível B:</u> Anunciantes com orçamento publicitário anual não inferior a R\$ 100 milhões (cem milhões), executado pela Licitante.	Para cada cliente Nível B apresentado.	0,75		
	<u>Nível C:</u> Anunciantes com orçamento publicitário anual não inferior a R\$ 50 milhões (cinquenta milhões), executado pela Licitante.	Para cada cliente Nível C apresentado.	0,5		
	<u>Nível D:</u> Anunciantes com orçamento publicitário anual não inferior a R\$ 30 milhões (trinta milhões), executado pela Licitante.	Para cada cliente Nível D apresentado..	0,25		
SUBQUESTO INFORMAÇÕES DE MARKETING	PORTFÓLIO OBRIGATÓRIO		2	1	3
	Multimeios <u>Target Group Index:</u> análise e compreensão de hábitos e atitudes de como o consumidor pensa, compra, assiste e se conecta em 15 mercados brasileiros. <u>Monitor Evolution:</u> monitora mensalmente o investimento publicitário e desempenho de marcas, anunciantes e categorias de produtos nos principais veículos de comunicação do país. <u>Commspoint Journey:</u> Otimiza o planejamento estratégico de comunicação, avaliando quantas pessoas do público-alvo serão influenciadas (alcance influente) e não apenas cobertas (alcance líquido). Permite uma visão holística de todo o processo de planejamento de mídia.				
	TV <u>Instar Analytics:</u> análise do comportamento das audiências e embasa a programação de mídia. Instar Planning: otimiza de forma integrada e intuitiva o planejamento de televisão.		1		
Rádio <u>Easymedia:</u> análise do comportamento das audiências e embasa a programação de mídia. <u>Instar Rádio:</u> otimiza de forma integrada e intuitiva o planejamento de rádio.					
OOH/DOOH <u>Mapa OOH:</u> oferece dados de audiência, alcance e frequência para o planejamento da mídia Out-of-Home. <u>Geofusion:</u> ferramenta de geomarketing para análises de mercado e planejamento de mídia exterior com base no perfil das famílias		Observação: pontuação condicionada à apresentação cumulativa com Portfólio Obrigatório.			

	<p>brasileiras, consumo, empresas e pontos de contatos.</p> <p>Jornal/Revista <u>IVC</u>: fornece serviços de auditoria e informação para edições impressas e digitais, além de inventários de OOH e DOOH.</p> <p>Internet <u>Comscore</u>: mensura o tráfego recebido por diversas propriedades na internet, como portais, verticais, redes sociais, vídeos e outras. Fornece dados para o entendimento de potencial de impacto e coberturas das diversas presenças digitais.</p> <p>PORTFÓLIO DESEJÁVEL</p> <p><u>Video Streaming Report</u>: ferramenta específica <i>on-line</i> com análises de consumo de vídeo e plataformas através de uma nova tecnologia chamada Focal Meter.</p> <p><u>Nielsen One</u>: fornece métricas de alcance e frequência através de programação linear, streaming, TV conectada (CTV), e canais digitais, possibilitando compra e venda de mídia usando uma moeda única que seja confiável, independente e padronizada em toda a indústria.</p> <p><u>Ad Performance</u>: acompanha diariamente o desempenho das campanhas publicitárias de produtos concorrentes em TV.</p> <p><u>Merchanview</u>: avalia diariamente a presença e o desempenho de ações de merchandising em TV.</p> <p><u>Target Group Index Flash Financeal</u>: fornece informações sobre a nova relação das pessoas com o mundo das finanças.</p> <p><u>TV Impact</u>: solução de TV <i>Attribution</i> capaz de calcular o impacto que cada inserção em TV gera no público por meio do monitoramento dos canais digitais da marca.</p> <p><u>SEMRUSH Business</u>: <i>software</i> para análise de mercado gerenciamento de dados, com ferramentas analíticas que objetivam melhorar a performance digital.</p>	<p>Não apresentou Portfólio Obrigatório.</p> <p><u>Observação</u>: a LICITANTE receberá pontuação zero mesmo que tenha apresentado itens do Portfólio Desejável.</p>	0		
--	---	--	---	--	--

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	CONCEITO / DESCRIÇÃO		NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
<p>- Relato 1: deve envolver ação publicitária de natureza mercadológica</p> <p>- Relato 2: deve envolver ação publicitária de natureza Institucional, ou de utilidade pública</p>	Ótimo	Destacou-se no atendimento do Quesito, com pouca ou nenhuma deficiência relacionada aos critérios avaliáveis.	9,00 a 10,00	0,5	10
	Muito Bom	Demonstrou alto atendimento do Quesito, com deficiências pouco significativas relacionadas aos critérios avaliáveis.	5,50 a 8,50		
	Bom	Demonstrou atendimento mediano do Quesito, com deficiências significativas em relação aos critérios avaliáveis.	3,00 a 5,00		

ou mercadológica, a critério da LICITANTE.	Regular	Demonstrou baixo atendimento do Quesito, com deficiências estruturantes em relação aos critérios avaliáveis.	0,50 a 2,50		
	Insuficiente	O caso não cumpriu aos critérios avaliáveis.	0		

ANEXO 3 - BRIEFING

Este *BRIEFING* se destina a fornecer subsídios para elaboração da Proposta Técnica pelas agências de propaganda que participarão do processo de licitação do Banco do Brasil que visa a contratação de serviços de publicidade.

Fica a critério do BB a implementação ou não das propostas apresentadas pelas agências vencedoras da licitação.

1. Situação base

A definir

ANEXO 4 - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À Comissão Especial de Licitação,

Ref.: Banco do Brasil S.A. - LICITAÇÃO Nº 2023/000XXX (8558)

1. REMUNERAÇÃO

- 1.1. Declaramos que estamos cientes de que na vigência do contrato a ser assinado com o Banco do Brasil S.A., a remuneração será a prevista na **Cláusula Quarta** da Minuta do Contrato constante do **Anexo 11** deste Edital, decorrente do presente certame.
- 1.2. Estamos cientes de que, na prorrogação do contrato, o BANCO poderá renegociar, se necessário, as formas e/ou os percentuais de remuneração praticados, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantagem para o BANCO e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos.
- 1.3. Também estamos cientes de que o BANCO poderá, a qualquer tempo, se necessário, negociar revisão das formas e/ou dos percentuais de remuneração praticados, em decorrência das dinâmicas e referências de mercado, por meio de termo aditivo, mediante acordo entre as partes.

2. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

- 2.1. Declaramos que, na execução do contrato, propomos adotar os seguintes preços:
 - a.% (**<percentual por extenso>**) de repasse ao Banco do Brasil S.A., correspondente à parcela do desconto-padrão nos concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, referentes à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 2.2. O preço acima proposto, em conjunto com os honorários de **15% (quinze por cento)**, de remuneração para publicidade online, prevista na **Clausula Quarta** do **Anexo 11**, contempla todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços e das obrigações contratuais estabelecidas na Minuta de Contrato (**Anexo 11**), tais como de pessoal, de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços.
- 2.3. Os preços acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 2.4. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 60 (sessenta) dias, contados de sua apresentação.

3. DIREITOS AUTORAIS

- 3.1. Declaramos que estamos cientes de que na reutilização de material com direitos controlados, em meios iguais e por períodos iguais aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pelo Banco do Brasil S.A. será de até 50% (cinquenta por cento) sobre, exclusivamente, o valor relativo ao direito autoral (equivalente a 70% do valor total contratado) do valor contratado, nas seguintes condições:
 - 3.1.1. Para imagens (foto, ilustração, 2D, 3D, entre outras) incidirá cobrança sobre valores de cachê de modelos/atores, dos honorários de fotógrafos/ilustradores ou, pelos direitos de uso de imagem adquirida de “bancos de imagens”. No caso de o orçamento/contrato contemplar mais de uma imagem e não tiverem sido

especificados preços unitários de cachês e honorários, o percentual incidirá, no máximo, sobre o preço unitário apurado de acordo com simples regra de três;

- 3.1.2. Para peças fonográficas (jingle, spot, trilha, entre outras) incidirá cobrança sobre o valor total cobrado;
 - 3.1.3. Para peças audiovisuais (filme, animação, vídeo, entre outras) incidirá cobrança sobre os valores de cachê de modelos/atores e dos honorários do diretor do filme, pelos direitos de uso de imagem. Especificamente para produções audiovisuais, também será pago pelo Banco do Brasil S.A. até 10% (dez por cento) sobre o total inicialmente contratado, em caráter de direito patrimonial;
 - 3.1.4. Para cessão de uso de obras consagradas (poema, texto, música, obra de arte, entre outras) incidirá cobrança sobre o valor total cobrado pelos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.
- 3.2. Declaramos que estamos cientes de que no caso de reutilização de qualquer dos materiais previstos no **subitem 2.1**, por período diferente do inicialmente contratado, o percentual de 50% (cinquenta por cento) incidirá, no máximo, sobre o valor apurado de acordo com simples regra de três.
- 3.3. Declaramos que, na reutilização de peças publicitárias e contratação de direitos autorais serão negociados, sempre, as melhores condições de preços para o Banco do Brasil S.A. e observadas todas as condições definidas na **Cláusula Quinta** da Minuta do Contrato constante do **Anexo 11** deste Edital.

4. OUTRAS DECLARAÇÕES

- 4.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Minuta de Contrato constante do **Anexo 11** do Edital.
- 4.2. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, a veículos/plataformas de comunicação e divulgação, transferindo ao Banco do Brasil S.A. todas as vantagens obtidas.
- 4.3. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados, aos veículos/plataformas de comunicação e divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Banco do Brasil S.A., nos termos da Minuta de Contrato constante do **Anexo 11** do Edital.
- 4.4. Estamos cientes de que, em nenhum caso, sobreporemos nossos planos de incentivo aos interesses do Banco do Brasil S.A.
- 4.5. Declaramos que estamos cientes de que deveremos desistir de contrato(s) porventura existente(s) com empresas concorrentes do Banco do Brasil S.A., como condição para assinarmos o contrato decorrente desta licitação.
- 4.6. Assumimos o compromisso de orientar e supervisionar a execução dos serviços objeto do contrato, garantindo total responsabilidade por seus resultados.
- 4.7. Desde já declaramos cientes de que o Banco do Brasil S.A. procederá à retenção de impostos nas hipóteses previstas em lei.

<LOCAL E DATA> <ASSINATURA E CARIMBO DA AGÊNCIA> OBS.: REPRESENTANTE
LEGAL DA LICITANTE>

ANEXO 5 - EXIGÊNCIAS PARA HABILITAÇÃO

- I Para se habilitar, **todas** as LICITANTES deverão comparecer na Segunda Sessão Pública com os documentos de Habilitação, na forma prevista neste Anexo, acondicionados nos INVÓLUCROS nº 5, e as LICITANTES cujas propostas técnicas e de preços forem declaradas classificadas deverão entregá-los à CEL.
- II As LICITANTES classificadas deverão comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a **2,0% do valor do contrato (Cláusula Trigésima do Anexo 11)**. A comprovação será feita mediante verificação dos dados do balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na formação da legislação em vigor, vedada a sua substituição por balancetes ou por balanços provisórios.
- III A critério da LICITANTE, a comprovação da regularidade de situação poderá ser feita junto ao BANCO, ou por meio do SICAF.

1. JUNTO AO BANCO

Para a comprovação junto ao BANCO, a LICITANTE deverá apresentar os seguintes documentos:

1.1. Habilitação Jurídica:

1.1.1. Para comprovar a habilitação jurídica a LICITANTE deverá apresentar documento de constituição, onde conste, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatíveis com o objeto desta licitação, podendo ser:

1.1.1.1 registro comercial, no caso de empresa individual; ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades empresariais e sociedades simples, devidamente registrado; no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores; e, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova de nomeação da diretoria em exercício;

1.1.1.1.1 os documentos mencionados acima deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação.

1.1.1.2 inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de nomeação da diretoria em exercício; e

1.1.1.3 portaria de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

1.1.1.4 prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda - CNPJ/MF;

1.1.1.5 prova de inscrição no cadastro de contribuinte municipal, se exigível, relativo ao domicílio ou sede da LICITANTE, pertinente a seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

1.2. Qualificação Econômico-financeira:

1.2.1. certidão negativa de pedido de falência, expedida pelo distribuidor da sede da LICITANTE, que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria certidão.

1.2.1.1. Caso as certidões sejam apresentadas sem indicação do prazo de validade, serão consideradas válidas, para este certame, aquelas emitidas há no máximo 90 (noventa) dias a partir da data da respectiva emissão;

- 1.2.1.2. para as praças onde houver mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas tantas certidões quantos forem os cartórios, cada uma emitida por um distribuidor.
- 1.2.1.3. Para as empresas que estejam em recuperação judicial, certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório.
- 1.2.2. balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da legislação em vigor, acompanhado do demonstrativo das contas de lucros e perdas que comprovem possuir a LICITANTE boa situação financeira, vedada a sua substituição por balancetes ou por balanços provisórios.
- 1.2.3. Entenda-se por “na forma da legislação em vigor”:
- I - quando S/A: balanço patrimonial devidamente registrado na Junta Comercial e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação editado na localidade em que está situada a sede da companhia, conforme o *caput* do art. 289 e o § 5º da Lei nº 6.404/1976;
- II - quando outra forma societária: balanço patrimonial acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969, autenticados pelo órgão competente de Registro do Comércio, ou Termo de Opção, se a empresa for optante pelo regime de tributação do Imposto de Renda com base no lucro presumido.
- 1.2.4. A comprovação da boa situação financeira da LICITANTE será baseada na obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, sendo obrigatório que todos os índices sejam maiores do que 1 (um):
- $$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$
- $$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$
- $$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$
- 1.2.4.1. As LICITANTES que apresentarem qualquer dos índices relativos à boa situação financeira igual ou menor que 1,00 (um) serão desclassificadas.
- 1.2.5. prova de regularidade com a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão Unificada, expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional - PGFN, referente a todos os tributos federais e à Dívida Ativa da União - DAU, por elas administrados, inclusive contribuições previdenciárias;
- 1.2.6. prova de regularidade perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, mediante apresentação do CRF - Certificado de Regularidade de Fundo de Garantia, fornecido pela Caixa Econômica Federal.
- 1.4 A LICITANTE que optar pela habilitação junto ao BANCO também deverá apresentar a documentação relacionada nos **itens 3. (Qualificação Técnica) e 4. (Documentos Complementares)**.

2. POR MEIO DO SICAF

- 2.1. A critério da LICITANTE, a apresentação dos documentos referentes à Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal e Qualificação Econômico-Financeira poderá ser substituída pela habilitação parcial no SICAF, ficando ela dispensada de apresentar tais documentos, desde que seja possível à CEL verificar a regularidade da situação da LICITANTE, por meio de consulta *on-line* ao SICAF no dia a ser marcado para a entrega dos INVÓLUCROS nº 4 (documentos de Habilitação).
- 2.2. A LICITANTE que optar pela habilitação por meio do SICAF, registro cadastral oficial do Poder Executivo Federal, nos termos da INSTRUÇÃO NORMATIVA nº 3 de 26.04.2018, do Ministério do Planejamento Orçamento e Gestão, Decreto nº 3.722, 09.01.2001, e atualizações posteriores, deverá atender às seguintes exigências:
 - 2.2.1. satisfazer os requisitos relativos à fase inicial de habilitação preliminar, que se processará junto ao SICAF, na forma de habilitação parcial;
 - 2.2.2. estar registrado no SICAF para linha de fornecimento compatível com o objeto desta licitação.
 - 2.2.3. A LICITANTE deverá atender às condições exigidas para cadastramento no SICAF, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para recebimento do INVÓLUCRO nº 4 (documentos de Habilitação);
 - 2.2.4. apresentar, no SICAF, todos os índices relativos à situação financeira maior que 1,0 (um);
 - 2.2.4.1. As LICITANTES que apresentarem, no SICAF, qualquer dos índices relativos à boa situação financeira igual ou menor que 1,0 (um) serão desclassificadas.
 - 2.2.5. Apresentar a documentação relacionada nos **itens 3. (Qualificação Técnica) e 4. (Documentos Complementares)**.
- 2.3. As questões relativas à regularidade de situação das LICITANTES que optaram pela comprovação por meio do SICAF, conforme **subitem 2.2**, deverão ser dirimidas pela LICITANTE diretamente junto à respectiva Unidade Cadastradora e não terão efeito suspensivo.
- 2.4. As AGÊNCIAS interessadas em participar desta licitação que não estejam habilitadas parcialmente no SICAF, poderão habilitar-se em qualquer unidade cadastradora do Sistema. A relação das unidades cadastradoras poderá ser obtida, via internet, no endereço <http://www.comprasnet.gov.br>.
- 2.5. Os documentos necessários para habilitação parcial no SICAF estão previstos no Manual do SICAF, que contempla, também, os procedimentos e instruções de preenchimento dos formulários necessários para registro.
- 2.6. A LICITANTE inscrita no SICAF, cuja documentação relativa à regularidade fiscal e à qualificação econômico-financeira encontrar-se vencida no referido Sistema, deverá apresentar a documentação atualizada correspondente acondicionada no próprio INVÓLUCRO nº 5, sob pena de inabilitação.
- 2.7. Na hipótese de a LICITANTE ter providenciado o seu Cadastramento no SICAF, no prazo máximo de até o 3º (terceiro) dia útil anterior à data de entrega dos INVÓLUCROS nº 4, estando ainda pendente de análise e decisão quanto à regularidade das exigências de cadastro, deverá encaminhar à CEL, no próprio INVÓLUCRO nº 5, sob pena de inabilitação, o "Recibo de Solicitação de Serviço - RSS". Neste caso, poderá haver procedimento de diligência.

3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

3.1 Em qualquer situação (habilitação por SICAF ou junto ao BANCO) as LICITANTES classificadas deverão apresentar os seguintes documentos/comprovantes de Qualificação Técnica:

3.1.1 comprovante que executam/executaram, sem restrição, serviços publicitários integrados de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação. A comprovação será feita por meio de apresentação de uma ou mais declarações, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, distintas umas das outras.

a) as declarações devem informar o montante do orçamento publicitário que as declarantes executaram para prestação dos serviços citados no item, sendo que o somatório dos orçamentos executados pelas LICITANTES não poderá ser inferior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), em período de 12 meses, a partir de janeiro de 2017, para serviços prestados concomitantemente;

b) Em substituição às declarações da alínea 'a', a LICITANTE poderá apresentar o relatório Monitor Evolution elaborado(s) pelo Kantar Ibope Media, sendo aceito(s) o(s) Relatório(s) que comprove(m) o investimento em veiculação, pela(s) declarante(s), de montante igual ou superior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), em período de 12 meses, a partir de janeiro de 2018.

c) para efeito da comprovação do orçamento publicitário executado das declarantes igual ou superior a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais), admitir-se-á o somatório dos valores informados nas declarações e/ou no(s) Relatório(s) Monitor(es), desde que os serviços tenham sido executados no mesmo período.

d) atendidos os requisitos anteriores, as LICITANTES poderão utilizar as mesmas declarações que apresentaram para atendimento do subquesto 'Clientes' do quesito 'Capacidade de Atendimento' da Proposta Técnica.

3.1.2 Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no art. 96 do RLBB;

- a) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e
- b) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela CEL.

3.1.3 As LICITANTES deverão disponibilizar, quando solicitadas, todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade das declarações apresentadas.

4. DOCUMENTOS COMPLEMENTARES

4.1. Em qualquer situação (habilitação por SICAF ou junto ao BANCO) apresentar os seguintes documentos complementares:

4.1.1. declaração indicando a forma escolhida para comprovação da Regularidade de Situação, dentre as opções estipuladas neste Anexo; ou seja, apresentação da documentação junto ao BANCO ou por meio do SICAF;

4.1.2. declaração de que não existe em seu quadro, funcionários menores de 18 (dezoito) anos efetuando trabalho noturno, perigoso ou insalubre ou ainda, empregado com idade inferior a 16 (dezesseis) anos efetuando qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos, bem como que inexistem fato(s)

impeditivo(s) para a sua habilitação, e que não possui em seus quadros as pessoas citadas no **subitem 9.4** deste Edital, conforme minuta constante do **Anexo 6**.

5. CONDIÇÕES GERAIS DE HABILITAÇÃO

- 5.1. No caso de LICITANTE que funcione no país e que possua sua sede administrativa no exterior, as exigências de habilitação, caso necessário, poderão ser atendidas mediante a apresentação de documentos equivalentes, autenticados pelos respectivos consulados ou embaixadas e traduzidos por tradutor juramentado no Brasil, os quais estarão contidos no INVÓLUCRO nº 5.
- 5.2. Os documentos exigidos neste Edital deverão ser apresentados no original, em cópia autenticada por cartório, ou por publicação em órgão da imprensa oficial. A autenticação poderá ser feita, ainda, mediante cotejo da cópia com o original, pelos membros da CEL.
- 5.3. Os documentos deverão estar com prazo de validade em vigor na data marcada para a entrega dos INVÓLUCROS nº 5. Caso os documentos relacionados neste Anexo sejam apresentados sem indicação de prazo de validade, serão considerados, para o certame, válidos por 90 (noventa) dias a partir da data de sua emissão.
- 5.4. As LICITANTES que alegarem estar desobrigadas da apresentação de qualquer um dos documentos exigidos neste Edital deverão comprovar essa condição por meio de certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor, apresentados na forma indicada no subitem anterior.
- 5.5. Os documentos necessários para representação da LICITANTE, deverão ser entregues conforme **subitem 10.9** do Edital.
- 5.6. Os documentos de comprovação da regularidade de situação poderão ser apresentados em arquivos separados ou em arquivo único, e deverão ser assinados (assinatura eletrônica ou física) na última página por representante legal da LICITANTE, e ser apresentados em original, em cópia autenticada por cartório ou, ainda, em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original para conferência pela CEL, no ato de abertura dos invólucros.
 - 5.6.1. Sem prejuízo da utilização de outros meios legalmente aceitos, a CEL poderá confirmar a autenticidade, validade e regularidade de documentos que tenham sido emitidos pela internet, por meio de sítios oficiais emissores de certidões e certificados que possibilitem adotar essa medida.
- 5.7. Se a LICITANTE tiver filial, todos os documentos deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem seja a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.
- 5.8. A LICITANTE que apresentar documentos falsos, será inabilitada e estará sujeita a aplicação das sanções e penalidades previstas no **item 18** da Seção II deste Edital.
- 5.9. A LICITANTE obriga-se a declarar, sob as penalidades legais, a superveniência de fato impeditivo da habilitação, conforme **subitem 4.1.2** deste Anexo.

ANEXO 6 - MODELO DE DECLARAÇÃO**Ref.: Licitação nº 2023/000XXXX (8558)**

..... (NOME DA LICITANTE), inscrita no CNPJ nº
....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)
....., portador(a) da Carteira de Identidade nº
..... e do CPF nºDECLARA, sob as penas da Lei, que:

- a) não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz a partir dos quatorze anos;
- b) não se enquadra em quaisquer das situações previstas no subitem 9.4 do Edital;
- c) inexistem fato(s) impeditivo(s) para a sua habilitação, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores; e
- d) está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

.....
(data)

Representante Legal
(Qualificação e assinatura)

ANEXO 7 - MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: (nome, endereço, nome empresarial, etc)

OUTORGADO: (nome e qualificação do representante)

OBJETO: representar a outorgante perante o Banco do Brasil S.A., no curso da licitação nº **2023/000xxxx (8558)**, que se realizará no (Nome e endereço da dependência).

PODERES: retirar editais, apresentar documentação e proposta, prestar declaração de que o outorgante está em situação regular perante a Fazenda Nacional, Seguridade Social e o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, bem como de que atende às exigências do Edital quanto à habilitação jurídica e qualificações técnica e econômico-financeira, participar de sessões públicas de habilitação e julgamento da documentação e das propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recursos, bem como assinar todos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

LOCAL E DATA

ASSINATURA

OBS.: no caso de instrumento particular, deverá ser comprovada a capacidade de o signatário nomear procurador, mediante apresentação de cópia do estatuto ou contrato social em vigor, e, quando se tratar de sociedade anônima, da ata de nomeação do signatário.

**A PRESENTE PROCURAÇÃO DEVERÁ TER FIRMAS RECONHECIDAS
EM CARTÓRIO.**

ANEXO 8 - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES**MEMBROS SUBCOMISSÃO TÉCNICA****Ref.: Licitação nº 2023/000XXXX (8558)**

Eu, (<Qualificação: nome, nacionalidade, CPF, identidade (número, data e órgão de expedição>), declaro que:

- a) Não possuo qualquer interesse pessoal no resultado da Licitação nº 2023/000XXXX (8558), instaurada pelo Banco do Brasil S.A. para contratação de serviços de publicidade e propaganda;
- b) Não possuo vínculo familiar (cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau) ou comercial/profissional com empresa ou qualquer sócio, administrador, empregado ou colaborador de empresa que atue no ramo de publicidade, propaganda e comunicação, objeto da presente licitação.
- c) Não possuo qualquer vínculo comercial/profissional com empresa que preste qualquer tipo de serviço à empresa que atue no ramo de publicidade, propaganda e comunicação, objeto da presente licitação.
- d) Estou isento de qualquer potencial conflito de interesse no exercício de minhas atribuições enquanto membro da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico das propostas apresentadas na citada licitação.

[Local e data]

Assinatura do membro da Subcomissão Técnica

ANEXO 9 - TERMO DE SIGILO E CONFIDENCIALIDADE**SUBCOMISSÃO TÉCNICA****Ref.: Licitação 2023/XXXX (8558)**

Eu, (<Qualificação: nome, nacionalidade, CPF, identidade (número, data e órgão de expedição>), declaro ter ciência inequívoca da legislação sobre o tratamento da informação e me comprometo, sob pena de responsabilização penal, civil e administrativa, a:

a) guardar o sigilo necessário sobre as informações e materiais de acesso restrito relativos à Licitação Presencial nº 2023/000XXXX (8558), sob pena de responsabilidade penal, civil e administrativa, e a:

b) tratar as informações identificadas em qualquer tipo de sigilo ou os materiais de acesso restrito que me forem fornecidos e preservar o seu sigilo, de acordo com a legislação vigente;

c) preservar o conteúdo das informações identificadas em qualquer tipo de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito, sem divulgá-lo a terceiros;

d) não praticar quaisquer atos que possam afetar o sigilo ou a integridade das informações identificadas em qualquer tipo de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito;

e) não adentrar ou permanecer na sala privativa onde serão realizados os trabalhos de análise e julgamento das propostas portando: (i) bolsas; (ii) mochilas; (iii) *smartphones* ou celulares; (iv) *tablets*; (v) *notebooks*; (vi) *scanners*; (vii) máquinas fotográficas ou qualquer outro equipamento eletrônico ou pertence pessoal que não seja necessário à realização dos trabalhos, devendo deixar os pertences pessoais no armário de segurança externo à sala.

f) não copiar ou reproduzir, por qualquer meio ou modo: (i) informações identificadas em qualquer tipo de sigilo; (ii) informações relativas aos materiais de acesso restrito.

g) não deixar a sala privativa onde se realizarão os trabalhos portando qualquer documento, material ou rascunhos produzidos e/ou utilizados nas sessões de julgamento;

h) nunca permanecer ou deixar outro membro da Subcomissão Técnica sozinho na sala privativa, devendo sempre permanecer os três membros na citada sala;

j) descartar, por meio de fragmentação, quaisquer documentos, materiais ou rascunhos produzidos e/ou utilizados, quando não houver mais necessidade de reutilização ou de arquivamento dos mesmos no processo físico de licitação.

k) durante a realização dos trabalhos, manter os arquivos eletrônicos produzidos e/ou utilizados salvos apenas no disco rígido do computador disponível na sala privativa;

l) ao efetuar a impressão das fichas de avaliações individuais e das planilhas de consolidação das notas e pontuações com as respectivas justificativas, além de outros documentos que a Subcomissão Técnica achar necessários, checar a integridade e completude das informações impressas de acordo com o registrado nos arquivos eletrônicos, a fim de evitar a perda de parte ou da totalidade desses dados.

m) concluídos os trabalhos, acondicionar as fichas de avaliações individuais e as planilhas de consolidação das notas e pontuações com as respectivas justificativas, além de outros documentos porventura necessários à instrução do processo, em envelopes e lacrá-los, colhendo a assinatura de todos os membros da Subcomissão Técnica na parte externa do invólucro.

n) apagar/deletar, por completo, do disco rígido do computador (inclusive da lixeira), os arquivos eletrônicos produzidos e/ou utilizados, inclusive para rascunho, nas sessões de julgamento, quando não houver mais necessidade de reutilização ou de arquivamento dos mesmos no processo físico de licitação.

o) salvar em *pendrive* e acondicioná-las em envelope lacrado os arquivos eletrônicos porventura necessários à instrução do processo físico de licitação, colhendo a assinatura de todos os membros da Subcomissão Técnica na parte externa do invólucro.

p) ao final dos trabalhos da Subcomissão Técnica, solicitar a presença do Presidente da Comissão Especial de Licitação à sala privativa para entrega e recepção do(s) envelope(s) lacrado(s) contendo os documentos impressos e, se for o caso, as mídias físicas ou removíveis.

Por estar ciente e de acordo com o presente Termo, o assino.

[Local e data]

Assinatura do membro da Subcomissão Técnica

ANEXO 10 – Modelos de Checklists de verificação dos conteúdos dos INVÓLUCROS

Conforme previsto nos **subitens 11.17, 11.21, 11.22, 11.37.4 e 11.37.12** do Edital, no ato de entrega ou abertura dos INVÓLUCROS, conforme seja o caso, a CEL conferirá o conteúdo dos INVÓLUCROS e rubricará os checklists, em conjunto com os representantes das LICITANTES nomeados na forma no **subitem 11.4.1** do Edital, conforme os modelos previstos neste Anexo do Edital.

O checklist deverá ser impresso em papel A4, frente-e-verso, não deve ser assinado, datado ou conter a identificação da licitante.

O checklist deverá estar acondicionado dentro de cada INVÓLUCRO (1, 2, 3, 4 e 5) correspondente aos modelos abaixo indicados neste Anexo, na forma impressa.

MODELO DO CHECKLIST DO INVÓLUCRO Nº 1

(OBS 1.: ajustar conforme a quantidade de arquivos/documentos que forem efetivamente apresentados)

(OBS 2.: Os dados das tabelas abaixo são meramente exemplificativos, não devem ser tomados como regra;

Relação dos documentos apresentados no INVÓLUCRO 1:

Sequencial do arquivo	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora
1	Plano de Comunicação Publicitária	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS

Sequencial da pasta	Nome da pasta	Tipo	Tamanho	Data de criação	Hora	Quantidade de arquivos
1	Ideia Criativa – Exemplos de Peças	Pasta de arquivos	X.X MB	DD/MM/AAAA	HH.MM:SS	12

Descrição dos arquivos da pasta Ideia Criativa – Exemplos de Peças

Sequencial de arquivos	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora	-
1	Filme_nome	Video MP4	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
2	Video_nome1	Video MP4	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
3	Post_banco1	Arquivo JPG	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
4	Spot_banco2	Som no formato MP3	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
5	Banner internet_banco	Arquivo JPG	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
6	Filme_banco3	Video MP4	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
7	Video_banco1	Video MP4	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
8	Dooh_banco1	Arquivo JPG	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
9	Spot_banco2	Som no formato MP3	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
10	Imagem_banco	Arquivo JPG	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
11	Ooh_banco	Arquivo JPG	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
12	Video_banco1	Video MP4	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-

CAMPOS PARA PREENCHIMENTO EXCLUSIVO DA CEL

NR SÉRIE HD: _____

Observações da CEL após verificação dos conteúdos do INVÓLUCRO 1

1 A quantidade de arquivos recebidos confere com a planilha acima?

() sim () não

Obs.:

2- Todos os arquivos abriram na conferência?

() sim () não

Obs.:

3- Todos os arquivos tem conteúdo?

() sim () não

Obs.:

4- As informações da planilha (nome, tipo, tamanho, data, hora e quantidade) confere com as informações acima?

() sim () não

Obs.:

5 – Foi localizado algum metadado ou informação que permita a identificação da autoria do invólucro 1?

() sim () não

Obs.:

Observações adicionais:

Campo para rubricas:

--

MODELO CHECKLIST DO INVÓLUCRO Nº 2

(OBS 1.: ajustar conforme a quantidade de arquivos/documentos que forem efetivamente apresentados)

(OBS 2.: Os dados das tabelas abaixo são meramente exemplificativos, não devem ser tomados como regra;

Relação dos documentos apresentados:

Sequencial do arquivo	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora
1	Plano de Comunicação Publicitária	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS

CAMPOS PARA PREENCHIMENTO EXCLUSIVO DA CEL

NR SÉRIE HD: _____

Observações da CEL após verificação dos conteúdos do INVÓLUCRO 2

1 A quantidade de arquivos recebidos confere com a planilha acima?

() sim () não

Obs.:

2- Todos os arquivos abriram na conferência?

() sim () não

Obs.:

3- Todos os arquivos têm conteúdo?

() sim () não

Obs.:

4- As informações da planilha (nome, tipo, tamanho, data, hora e quantidade) confere com as informações acima?

() sim () não

Obs.:

5- Foi localizado algum metadado ou informação que permita a identificação da autoria do invólucro 2?

() sim () não

Obs.:

Observações adicionais:

Campo para rubricas:

MODELO CHECKLIST DO INVÓLUCRO Nº 3

(OBS 1.: ajustar conforme a quantidade de arquivos/documentos que forem efetivamente apresentados)

(OBS 2.: Os dados das tabelas abaixo são meramente exemplificativos, não devem ser tomados como regra;

Relação dos documentos apresentados no INVÓLUCRO:

Sequencial da pasta	Nome da pasta	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora	Quantidade de arquivos
Pasta 1	Capacidade de Atendimento	Pasta de Arquivos	X.X MB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	7 arquivos
Descrição dos arquivos da pasta Capacidade de Atendimento						
Sequencial do arquivo	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora	
1	Declaração do cliente 1	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
2	Declaração do cliente 2	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
3	Declaração do cliente 3	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
4	Declaração do cliente 4	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
5	Declaração do cliente 5	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
6	Declaração do cliente 6	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
7	Informações de Marketing	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	-
Pasta 2	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Pasta de Arquivos	X.X MB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	2 pastas e 20 arquivos
Subpasta 1	Relato 1	Pasta de Arquivos	XX MB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
Descrição dos arquivos da subpasta Relato 1						
	Relato + Listagem das peças	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Declaração Cliente	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 1		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 2		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 3		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 4		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 5		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 6		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 7		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 8		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 9		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 10		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
Subpasta 2	Relato 2	Pasta de Arquivos	X.X MB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
Descrição dos arquivos da subpasta Relato 2						
	Relato + Listagem das peças	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Declaração Cliente	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 1		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 2		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 3		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	

	Peça 4		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 5		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 6		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 7		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 8		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 9		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	
	Peça 10		X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS	

CAMPOS PARA PREENCHIMENTO EXCLUSIVO DA CEL

NR SÉRIE HD: _____

Observações da CEL após verificação dos conteúdos do INVÓLUCRO 3

1 A quantidade de arquivos recebidos confere com a planilha acima?

() sim () não

Obs.:

2- Todos os arquivos abriram na conferência?

() sim () não

Obs.:

3- Todos os arquivos tem conteúdo?

() sim () não

Obs.:

4- As informações da planilha (nome, tipo, tamanho, data, hora e quantidade) confere com as informações acima?

() sim () não

Obs.:

5- Foi localizado algum metadado ou informação que permita a identificação da autoria do invólucro 34?

() sim () não

Obs.:

Observações adicionais:

Campo para rubricas:

MODELO CHECKLIST DO INVÓLUCRO Nº 4

(OBS 1.: ajustar conforme a quantidade de arquivos/documentos que forem efetivamente apresentados)

(OBS 2.: Os dados das tabelas abaixo são meramente exemplificativos, não devem ser tomados como regra;

Relação dos documentos apresentados:

Sequencial do arquivo	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora
1	Proposta de Preços	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS

CAMPOS PARA PREENCHIMENTO EXCLUSIVO DA CEL

NR SÉRIE HD: _____

Observações da CEL após verificação dos conteúdos do INVÓLUCRO 4

1 A quantidade de arquivos recebidos confere com a planilha acima?

() sim () não

Obs.:

2- Todos os arquivos abriam na conferência?

() sim () não

Obs.:

3- Todos os arquivos tem conteúdo?

() sim () não

Obs.:

4- As informações da planilha (nome, tipo, tamanho, data, hora e quantidade) confere com as informações acima?

() sim () não

Obs.:

5- Foi localizado algum metadado ou informação que permita a identificação da autoria do invólucro 44?

() sim () não

Obs.:

Observações adicionais:

Campo para rubricas:

MODELO CHECKLIST DO INVÓLUCRO Nº 5

(OBS 1.: ajustar conforme a quantidade de arquivos/documentos que forem efetivamente apresentados)

(OBS 2.: Os dados das tabelas abaixo são meramente exemplificativos, não devem ser tomados como regra;

Relação dos documentos apresentados no INVÓLUCRO:

Sequencial do arquivo	Nome do arquivo	Tipo	Tamanho	Data de modificação	Hora
1	Registro comercial	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
2	Estatuto	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
3	Contrato social	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
4	Portaria de autorização	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
5	Spot_banco2	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
6	Prova de inscrição CNPJ	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
7	Prova de inscrição municipal	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
8	Prova de regularidade com a Fazenda Nacional	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
9	Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
10	Certidão negativa de pedido de falência	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
11	Balço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
12	Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
14	declaração indicando a forma de habilitação - junto ao BANCO ou por meio do SICAF	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
15	Declaração menor de 18 anos	Arquivo PDF	X.X KB	DD/MM/AAAA	HH:MM:SS
16

CAMPOS PARA PREENCHIMENTO EXCLUSIVO DA CEL

NR SÉRIE HD: _____

Observações da CEL após verificação dos conteúdos do INVÓLUCRO 5

1 A quantidade de arquivos recebidos confere com a planilha acima?

() sim () não

Obs.:

2- Todos os arquivos abriram na conferência?

sim não

Obs.:

3- Todos os arquivos tem conteúdo?

sim não

Obs.:

4- As informações da planilha (nome, tipo, tamanho, data, hora e quantidade) confere com as informações acima?

sim não

Obs.:

5- Foi localizado algum metadado ou informação que permita a identificação da autoria do invólucro **5.1**?

sim não

Obs.:

Observações adicionais:

Campo para rubricas:

--

ANEXO 11 - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº **2023/8558-XXXX**, DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DECORRENTE DA LICITAÇÃO Nº **2023/000xxxx (8558)**, REALIZADA EM CONFORMIDADE COM AS LEIS Nº 4.680, de 18.06.1965 e nº 13.303, de 30.06.2016, E O REGULAMENTO DE LICITAÇÕES DO BANCO DO BRASIL, PUBLICADO NO SÍTIO ELETRÔNICO DO BANCO DO BRASIL (HTTP://WWW.BB.COM.BR/RLBB) EM 27.08.2021, QUE ENTRE SI FAZEM NESTA E MELHOR FORMA DE DIREITO, DE UM LADO O **BANCO DO BRASIL S.A.**, SOCIEDADE DE ECONOMIA MISTA, COM SEDE EM BRASÍLIA (DF), INSCRITO NO CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA DO MINISTÉRIO DA FAZENDA SOB O NÚMERO **00.000.000/0001-91**, ADIANTE DENOMINADO **CONTRATANTE** ou **BANCO**, NESTE ATO REPRESENTADO PELO(S) ADMINISTRADOR(A) DA GERÊNCIA COMPRAS, CONTRATOS E PAGAMENTOS, DA DIRETORIA DE SUPRIMENTOS, INFRAESTRUTURA E PATRIMÔNIO, LOCALIZADA NO SETOR DE AUTAQUIAS NORTE, QUADRA 5, BLOCO B, EDIFÍCIO BANCO DO BRASIL, TORRE CENTRAL, 13º ANDAR, CEP 70040-912, BRASÍLIA (DF), NO FINAL QUALIFICADO(S), E DO OUTRO LADO, A EMPRESA, INSCRITA NO CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA DO MINISTÉRIO DA FAZENDA SOB O Nº, COM SEDE/ESTABELECIDO NA, NESTE ATO REPRESENTADA POR SEUS REPRESENTANTES LEGAIS (NOME, QUALIFICAÇÃO, RG, CPF), ADIANTE DENOMINADA **CONTRATADA** ou **AGÊNCIA**, CONSOANTE AS CLÁUSULAS ABAIXO. O PRESENTE CONTRATO TEVE SUA MINUTA APROVADA PELOS PARECERES JURÍDICOS DIJUR - COPUR/ADLIC Nº 3986511-001, DE 06.12.2022, 3986504-001, DE 28.12.2022, E 4195470-001, DE 15.05.2023.

OBJETO

CLÁUSULA PRIMEIRA - O presente contrato tem por objeto a execução de serviços de publicidade para o CONTRATANTE e para as demais empresas que integram o Conglomerado Banco do Brasil S.A., inclusive as que vierem integrá-lo, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Parágrafo Primeiro – Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à atuação publicitária do CONTRATANTE, abrangendo 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 em decorrência da execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica das peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) à criação, ao desenvolvimento, à contratação e/ou à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, bem como à otimização e ao controle de sua execução.

Parágrafo Segundo - Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 13.303/2016 e do Regulamento de Licitações do Banco do Brasil, publicado em 27/08/2021, obedecendo os termos e as condições estabelecidas neste

contrato, no Edital da licitação que lhe deu origem e nas Propostas Técnica e de Preços apresentadas no certame, independentemente de transcrição.

Parágrafo Terceiro - É vedada a execução de quaisquer outras atividades não previstas no objeto deste contrato, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Parágrafo Quarto - Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no Parágrafo anterior, os projetos de mídia relacionados à compra de tempos e espaços publicitários em veículos ou em plataformas de comunicação e divulgação.

Parágrafo Quinto - Durante a execução contratual, não há impedimento de que a CONTRATADA venha a propor estratégias de comunicação integrada, abrangendo, além do esforço publicitário, ações em outras ferramentas de comunicação, ficando a implementação dessas ações a critério do CONTRATANTE, no âmbito dos respectivos contratos.

Parágrafo Sexto - A CONTRATADA atuará de acordo com as solicitações do CONTRATANTE indistinta e independentemente de sua classificação na licitação que deu origem a este ajuste e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos na presente Cláusula.

Parágrafo Sétimo - A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no *caput* desta Cláusula e atuará por conta e ordem do CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares de que trata o **Parágrafo Primeiro** desta Cláusula.

Parágrafo Oitavo - O estudo e o planejamento, previsto no *caput* desta Cláusula, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos e superação dos desafios de comunicação e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

Parágrafo Nono – As pesquisas a que se refere a alínea ‘a’ do **Parágrafo Primeiro** desta Cláusula serão realizadas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação das campanhas publicitárias do CONTRATANTE. A escolha do fornecedor especializado que realizará as pesquisas, será feita em acordo entre CONTRATADA e CONTRATANTE, pautada em critérios técnicos e seguindo procedimento de seleção de fornecedores, previsto na **Clausula Vigésima Terceira**. As pesquisas terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do CONTRATANTE, o público-alvo e os meios e veículos de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e campanhas publicitárias;
- b) aferir a proposição estratégica, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas; e
- c) possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das peças e campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem aderência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato.

Parágrafo Décimo - Especificações das Pesquisas:

- a) Pré-teste de campanha: pesquisa vinculada à concepção e/ou ao desdobramento e à criação de campanhas, peças, materiais, projetos e ações publicitárias interativas, em canais como redes sociais e *mobile*, com o objetivo de testar a ação junto ao seu público-alvo, buscando identificar o grau de entendimento dos conceitos e das mensagens a serem transmitidas, bem como a linha criativa mais adequada e outros elementos que compõem uma campanha. Nessas pesquisas serão observadas as seguintes regras, as quais poderão ser alteradas no interesse do CONTRATANTE:

- i. o CONTRATANTE poderá solicitar à CONTRATADA, sem custo adicional, a realização de **1 (uma)** pesquisa de pré-teste a cada campanha ou fase de campanha, cujo investimento seja igual ou superior a **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, de acordo com sua conveniência;
 - ii. o CONTRATANTE poderá solicitar à CONTRATADA, sem custo adicional, anualmente, a realização de pesquisas de pré-teste, para até **2 (duas)** campanhas ou fase de campanha, cujo investimento seja inferior a **R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais)**, de acordo com sua conveniência;
 - iii. as metodologias a serem utilizadas na pesquisa de pré-teste serão a qualitativa e quantitativa, a saber:
 - a. na etapa qualitativa, a realização de até **6 (seis)** Grupos de Discussão, presenciais ou *on-line*, em até **3 (três)** praças, por pré-teste;
 - b. na etapa quantitativa, a realização de **800 (oitocentas)** entrevistas em **10 (dez)** praças, com distribuição da amostra respeitando a participação regional;
 - iv. o escopo acima definido aplica-se a campanhas com público-alvo pessoa física, pessoa jurídica, inclusive nichos ou segmentos específicos desses grupamentos;
 - v. o escopo acima poderá ser substituído por outras técnicas de pesquisa, a critério do CONTRATANTE, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;
 - vi. eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos incisos acima, será solicitada pelo CONTRATANTE e negociado entre as partes.
- b) Avaliação de resultados: pesquisa realizada para verificar a performance dos Indicadores de Comunicação e demais elementos técnicos de cada campanha.
- c) Percepção da publicidade: pesquisa realizada para analisar se as campanhas veiculadas pelo CONTRATANTE durante o ano foram percebidas pelos respectivos públicos-alvo, se os conceitos divulgados foram fixados e corretamente compreendidos e qual a contribuição dessas campanhas na percepção do posicionamento/propósito e na identidade da marca.
- d) Geração de conhecimento para ações de publicidade: pesquisa realizada para avaliar a aceitação do público-alvo sobre diferentes ideias criativas/conceitos e/ou auxiliar na escolha de mercados/público-alvo, mensagens publicitárias, slogans, nomes, mídias ou veículos de comunicação.

Parágrafo Décimo Primeiro - O instituto de pesquisa ficará responsável pela realização dos pré-testes de campanha (alínea "a") e das avaliações de resultados (alíneas "b", "c" e "d"), do Parágrafo Décimo, desta Cláusula, no período de **12 (doze)** meses, para um melhor aproveitamento do histórico das informações levantadas nas análises dos resultados e para uma execução mais ágil. Nos meses subsequentes, a critério do CONTRATANTE, o contrato com o instituto de pesquisa poderá ser renovado.

Parágrafo Décimo Segundo - Qualquer intenção de alteração de instituto de pesquisa, a pedido da AGÊNCIA, deverá ser informada ao BANCO, com um prazo mínimo de **2 (dois)** meses do final do contrato vigente com o instituto. Caso haja concordância do BANCO com a alteração, deverá ser iniciado novo processo de seleção de fornecedor especializado, tal como disposto no **Parágrafo Nono**, desta Cláusula.

Parágrafo Décimo Terceiro - A cotação de preços e a seleção dos fornecedores especializados, para realização dos serviços de pesquisa deverá ser realizada junto a empresas previamente cadastradas no Cadastro Técnico - CATEC de fornecedores do CONTRATANTE e no Cadastro da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR.

Parágrafo Décimo Quarto - Dentre os serviços especializados a que se refere a alínea 'c' do **Parágrafo Primeiro** desta Cláusula, compreendem:

- a) as tecnologias e ferramentas de monitoramento, análise e otimização das ações publicitárias, a exemplo das ferramentas: *Data Management Platform* (DMP); *Demand Side Platform* (DSP); *Mobile Management Platform* (MMP); *Customer Relationship Management* (CRM); ferramentas de atribuição de mídia; mídia programática; *Adserver*, entre outras;
- b) a implementação, execução e acompanhamento tempestivo de estratégias de mídia *on-line* e de *performance*;
- c) o monitoramento da atuação publicitária da concorrência, nas diversas mídias, inclusive mídias sociais, com apresentação mensal das informações quantitativas e qualitativas solicitadas pelo CONTRATANTE; e
- d) qualquer outra forma inovadora, que venha a surgir, destinada à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, que se enquadre nesta categoria de serviços publicitários e que seja reconhecida pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Décimo Quinto - A seleção dos fornecedores especializados e a cotação de preços dos serviços, previstos nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do **Parágrafo Primeiro** desta Cláusula, deverá ser realizada junto a empresas cadastradas no Sistema de Referências de Custos (SIREF), da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR. Excluem-se desse procedimento, a contratação de fornecedores especializados, pela CONTRATADA, sem custo para o CONTRATANTE, que constituem suas obrigações no âmbito deste ajuste.

Parágrafo Décimo Sexto - No desenvolvimento das ações de publicidade vinculadas ao objeto da presente contratação, o CONTRATANTE adotará o procedimento de Seleção Interna entre as CONTRATADAS, conforme disposições constantes da Lei nº 13.303/2016 e do § 2º do art. 97 do Regulamento de Licitações do Banco do Brasil – RLBB, com metodologia aprovada pela área competente e divulgada na imprensa oficial e no site do CONTRATANTE, em sua versão integral, (bb.com.br > **Relações com Fornecedores > Compras e Contratações > Serviços de Publicidade > Procedimento de seleção interna entre as Agências de Publicidade e Propaganda**). A metodologia poderá ser alterada, a critério do CONTRATANTE, seguindo os preceitos legais de divulgação, bem como de comunicação formal para as CONTRATADAS.

Parágrafo Décimo Sétimo - Os serviços serão solicitados à CONTRATADA por intermédio da Diretoria Marketing e Comunicação do CONTRATANTE, mediante apresentação das demandas de comunicação e/ou de *briefing*, conforme o caso.

VIGÊNCIA

CLÁUSULA SEGUNDA - Os serviços serão prestados de forma continuada, tendo o presente contrato a vigência de **12 (doze)** meses, contados a partir da data de sua assinatura, prorrogáveis até o limite de **60 (sessenta)** meses.

Parágrafo Primeiro - Toda prorrogação de prazo será justificada por escrito e previamente autorizada pelo CONTRATANTE, passando tal documento a integrar este contrato.

Parágrafo Segundo - Para decidir sobre a prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE levará em consideração, principalmente, a vantajosidade e a qualidade dos serviços prestados no período contratual anterior.

Parágrafo Terceiro - Na prorrogação, o CONTRATANTE renegociará, se necessário, as formas e/ou os percentuais de remuneração praticados com as CONTRATADAS, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter vantajosidade para o CONTRATANTE e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos.

Parágrafo Quarto - O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, se necessário, negociar revisão das formas e/ou dos percentuais de remuneração praticados com as CONTRATADAS, em decorrência das dinâmicas e referências de mercado, por meio de termo aditivo, em acordo entre as partes.

RESCISÃO

CLÁUSULA TERCEIRA - A rescisão deste contrato poderá ocorrer:

- a) Administrativamente, a qualquer tempo, por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE, nas seguintes hipóteses:
- i. não cumprimento de cláusulas contratuais ou editalícias, especificações, projetos ou prazos;
 - ii. cumprimento irregular de cláusulas contratuais ou editalícias, especificações, projetos e prazos;
 - iii. lentidão na execução do serviço publicitário, levando o CONTRATANTE a constatar a impossibilidade de sua conclusão no prazo estipulado;
 - iv. atraso injustificado no início do serviço;
 - v. paralisação do serviço, sem justa causa e sem prévia comunicação ao CONTRATANTE;
 - vi. subcontratação total ou parcial do seu objeto, associação da CONTRATADA com outrem, cessão ou transferência, total ou parcial, bem como fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no Edital e no contrato;
 - vii. desatendimento das determinações regulares do CONTRATANTE, decorrentes do acompanhamento e fiscalização do contrato;
 - viii. cometimento reiterado de faltas na execução do serviço;
 - ix. decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
 - x. dissolução da sociedade;
 - xi. alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
 - xii. razões de interesse do CONTRATANTE, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e exaradas no processo a que se refere o contrato, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias ou de prazo menor a ser negociado pelas partes à época da rescisão;
 - xiii. ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovado, impeditivo da execução do contrato;
 - xiv. amigavelmente, formalizada em autorização escrita e fundamentada do CONTRATANTE, mediante aviso prévio por escrito, com antecedência mínima de 90 (noventa) dias ou de prazo menor a ser negociado pelas partes à época da rescisão; e
 - xv. judicialmente, nos termos da legislação.

Parágrafo Primeiro - A rescisão também poderá ocorrer quando a CONTRATADA:

- a) não apresentar comprovante de garantia suficiente, na forma da **Cláusula Décima Quinta**, para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- b) motivar a suspensão dos serviços publicitários por parte de órgãos/entidades competentes. Neste caso, a CONTRATADA responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que o CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- c) Deixar de comprovar os requisitos de habilitação, inclusive os relativos à situação regular junto à Seguridade Social e os relativos à sua capacidade econômico-financeira, ou deixar de comprovar o pagamento dos salários e do FGTS dos seus empregados envolvidos na prestação dos serviços objeto do contrato;
- d) assumir ou manter, durante a vigência deste ajuste, serviços similares aos do objeto deste contrato junto a concorrentes mercadológicos do Banco do Brasil S.A.;
- e) for responsável por operações financeiras em curso anormal junto a qualquer agência do CONTRATANTE, desde que o endividamento venha a comprometer a execução deste contrato;
- f) vier a ser declarada inidônea pela União;
- g) vier a ser atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- h) utilizar em benefício próprio, ou de terceiros, informações sigilosas às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

- i) for envolvida em escândalo público e notório;
- j) apresentar desempenho insatisfatório na prestação dos serviços, diagnosticado nas avaliações semestrais referidas na **Cláusula Vigésima Nona**;
- k) evidenciar seu envolvimento, inclusive com divulgação midiática, relacionando seus sócios ou dirigentes à lavagem de dinheiro ou outras atividades ilícitas, que possam causar danos à imagem do CONTRATANTE;
- l) descumprir a vedação referida no **Parágrafo Oitavo da Cláusula Vigésima Terceira**;
- m) praticar atos lesivos à Administração Pública Nacional ou Estrangeira; e
- n) for sancionada pela prática de ato tipificado no art. 5º, caput e incisos, da Lei nº 12.846, de 01/08/2013.

Parágrafo Segundo - Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, observado o rito da Seção IX, Capítulo IX, do Regulamento de Licitações e Contratos do Banco do Brasil.

Parágrafo Terceiro - As responsabilidades imputadas à CONTRATADA, por prejuízos decorrentes de ações delitivas perpetradas contra o CONTRATANTE, não cessam com a rescisão deste contrato.

Parágrafo Quarto - A rescisão acarretará as seguintes consequências imediatas:

- a) execução da garantia contratual, para ressarcimento, ao CONTRATANTE, dos valores das multas aplicadas ou de quaisquer outras quantias ou indenizações a ele devidas;
- b) retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados ao CONTRATANTE;

Parágrafo Quinto - Na hipótese de fusão, cisão, incorporação ou associação da CONTRATADA com outrem, o CONTRATANTE reserva-se o direito de rescindir este contrato, ou continuar sua execução com a empresa resultante da alteração social.

Parágrafo Sexto - O CONTRATANTE poderá, observadas as disposições desta Cláusula, rescindir antecipadamente o presente contrato, em razão de inexecução de obrigações contratuais ou editalícias.

Parágrafo Sétimo - Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o pagamento de despesas originadas da prestação de serviços que tenham sido autorizadas pelo CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA até a data da rescisão e que estiverem previstas neste contrato.

Parágrafo Oitavo - A rescisão, por algum dos motivos previstos em lei ou neste contrato, não dará à CONTRATADA o direito à indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

Parágrafo Nono - Caso o CONTRATANTE decida não rescindir este contrato nos termos desta Cláusula, e sem prejuízo das penalidades previstas neste contrato, poderá, a seu exclusivo critério, suspender a sua execução, até que a CONTRATADA cumpra integralmente a condição contratual infringida.

Parágrafo Décimo - A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CONTRATANTE, a retenção imediata dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

Parágrafo Décimo Primeiro - Rescindido este contrato, o CONTRATANTE imitir-se-á na posse imediata e exclusiva dos serviços executados, entregando-os a quem bem entender, sem qualquer consulta ou interferência da CONTRATADA, que responderá na forma legal e contratual pela infração ou execução inadequada que tenha dado causa à rescisão. Neste caso, fica a CONTRATADA obrigada a reembolsar o CONTRATANTE pelo que este tiver de despendido além dos percentuais de remuneração e desconto originalmente previstos neste

contrato, e a ressarcir perdas e danos que o CONTRATANTE venha a sofrer em consequência da rescisão em tela.

REMUNERAÇÃO

CLÁUSULA QUARTA - Pela prestação dos serviços objeto deste contrato, a CONTRATADA fará jus:

- a) ao desconto-padrão de 20% (vinte por cento) concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, o art. 7º do Decreto nº 57.690/1966 e as Normas-Padrão do CENP, observadas as regras vigentes à época da autorização da veiculação, e o art. 99 do Regulamento de Licitações e Contratos do Banco do Brasil; e
- b) a honorários de 15% (quinze por cento) [OBS.: percentual conforme item 2.2 do Anexo 4 do Edital – definido pelo Banco] incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de veículos/plataformas de comunicação e divulgação que não lhe proporcione o desconto-padrão, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, referentes aos serviços prestados pela CONTRATADA na execução da publicidade *on-line*.

Parágrafo Primeiro – A CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE a parcela de% (*percentual por extenso*) [OBS.: percentual apresentado pela LICITANTE na proposta de preços – item 2.1 – “a” do Anexo 4 do Edital] do desconto-padrão disposto na alínea ‘a’ da **Cláusula Quarta**, conforme Proposta de Preços e acordo negocial do certame que deu origem a este contrato.

Parágrafo Segundo - O desconto-padrão de que trata a alínea ‘a’ da **Cláusula Quarta** é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

Parágrafo Terceiro - As formas de remuneração previstas nas alíneas ‘a’ e ‘b’ da **Cláusula Quarta**, observado o disposto no **Parágrafo Primeiro**, aplicam-se também às veiculações realizadas no exterior, de acordo com a política de preços dos veículos de comunicação e divulgação e das plataformas, no que diz respeito à prática, ou não, do desconto-padrão de agência.

Parágrafo Quarto – Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declarações expressas desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

Parágrafo Quinto - A CONTRATADA não fará jus ao desconto-padrão de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos/plataformas de divulgação e comunicação, em qualquer ação publicitária realizada no âmbito deste contrato.

Parágrafo Sexto – O CONTRATANTE pagará à CONTRATADA pelas despesas comprovadas e previamente autorizadas pelo CONTRATANTE, relativas aos serviços de produção e execução técnica de peças e materiais realizados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, inclusive dos serviços relacionados à criação, ao desenvolvimento, à contratação e/ou à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, independentemente de haver ou não veiculação que lhe proporcione o desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação ou honorários, na forma das **alíneas ‘a’ e ‘b’** desta Cláusula. São exceções ao disposto neste parágrafo, os custos relacionados ao fornecimento de serviços que compõem as obrigações da CONTRATADA.

Parágrafo Sétimo - Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas

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

Parágrafo Oitavo - Na reutilização de peças, o pagamento atenderá ao disposto na **Cláusula Quinta** que trata dos Direitos Autorais.

Parágrafo Nono - A remuneração disposta nesta Cláusula compreenderá o conjunto de atividades realizadas integralmente pela CONTRATADA, incluídas aquelas que não gerem veiculação, conforme a **Cláusula Primeira** deste contrato, o inciso XXVIII do art. 12 do RLBB, os termos do **Documento nº 4** deste contrato, bem como os serviços prestados no cumprimento das obrigações contratuais.

DIREITOS AUTORAIS

CLÁUSULA QUINTA - A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, pelo período máximo permitido em lei, os direitos autorais e conexos de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade ou de seus prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

Parágrafo Primeiro - O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

Parágrafo Segundo - O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou mediante terceiros, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

Parágrafo Terceiro - A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

Parágrafo Quinto - Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, e condicionará a contratação ao estabelecimento no ato de cessão/orçamento/contrato de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos **Parágrafos Sétimo a Oitavo** desta Cláusula para a reutilização por igual período.

Parágrafo Sexto - Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado. Nestes casos, deve-se obedecer a composição de preço, onde 70% dos valores pagos dizem respeito ao direito autoral do material e 30% ao custo das produções.

Parágrafo Sétimo - Conforme previsto no **Parágrafo Sexto** desta Cláusula, na reutilização de material com direitos controlados, em meios iguais e por períodos iguais aos inicialmente pactuados, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será de até 50% (cinquenta por cento) sobre, exclusivamente, o valor relativo ao direito autoral (equivalente a até 70% do valor total contratado), nas seguintes condições:

- a) para imagens (foto, ilustração, 2D, 3D, entre outras) incidirá cobrança sobre valores de cachê de modelos/atores, dos honorários de fotógrafos/ilustradores ou, pelos direitos de uso de imagem adquirida de “bancos de imagens”;
- b) para peças fonográficas (*jingle*, *spot*, trilha, entre outras) incidirá cobrança sobre o valor total cobrado;
- c) para peças audiovisuais (filme, animação, vídeo, entre outras) incidirá cobrança sobre os valores de cachê de modelos/atores e dos honorários do diretor do filme, pelos direitos de uso de imagem. Especificamente para produções audiovisuais, também será pago pelo CONTRATANTE até 10% (dez por cento) sobre o total inicialmente contratado, em caráter de direito patrimonial;
- d) para cessão de uso de obras consagradas (poema, texto, música, obra de arte, entre outras) incidirá cobrança sobre o valor total cobrado pelos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras.

Parágrafo Oitavo - No caso de reutilização de qualquer dos materiais previstos no **Parágrafo Sétimo** desta Cláusula, por período diferente do inicialmente contratado, o percentual de 50% (cinquenta por cento) incidirá, no máximo, sobre o valor apurado de acordo com simples regra de três.

CLÁUSULA SEXTA - Quando o CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão pelo período máximo permitido em lei, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com fornecedores - para a produção e execução técnica de peças e campanhas e a prestação de outros serviços - cláusulas escritas que:

- a) explicitem a cessão pelo período máximo permitido em lei, por esses fornecedores, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes e demais trabalhos assemelhados; e
- b) estabeleçam que o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

Parágrafo Único - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão, pelo período máximo permitido em lei ou por período menor, será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA SÉTIMA - A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos unitários dos cachês de modelos/atores, dos honorários dos fotógrafos, diretores e ilustradores, da cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) ao material produzido e o da cessão dos demais direitos, inclusive uso de imagem.

Parágrafo Primeiro - No caso de o orçamento/contrato contemplar mais de uma imagem, peça fonográfica, audiovisual ou obra consagrada e na eventualidade do descumprimento do previsto no caput desta Cláusula, onde não seja especificado os valores unitários, o percentual de renovação/reutilização incidirá, no máximo, sobre o preço unitário apurado de acordo com simples regra de três.

Parágrafo Segundo – A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com modelos/atores, cláusula de impedimento para atuação em campanhas publicitárias ou outras ações públicas de cunho político-partidário e de empresas atuantes no mercado financeiro, concorrentes da CONTRATANTE.

Parágrafo Terceiro – A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar em virtude de qualquer produção ou aquisição de direitos de uso de imagem, peça fonográfica, audiovisual ou obra consagrada, os percentuais de reutilização/renovação previstos na **Cláusula Quinta** deste contrato.

CLÁUSULA OITAVA - A CONTRATADA se compromete 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 outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) a entrega ao CONTRATANTE de todo o material bruto produzido;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de fornecedores, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos; e
- c) que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA NONA - A seu juízo, o CONTRATANTE poderá utilizar, em suas ações, peças e/ou materiais publicitários de outros órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

PAGAMENTO

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – Os pagamentos serão creditados em conta corrente mantida pela CONTRATADA no Banco do Brasil S.A, em até 10 (dez) dias corridos, mediante apresentação dos comprovantes de prestação dos serviços, nos termos do **Documento nº 2** deste contrato, após a conformidade dos serviços atestados pelo CONTRATANTE e posterior emissão e entrega da respectiva nota fiscal/fatura e expressa autorização do CONTRATANTE.

Parágrafo Primeiro - Em caráter de excepcionalidade e mediante autorização da Diretoria de Marketing e Comunicação - Dimac, os pagamentos poderão ser efetivados em até 5 (cinco) dias úteis após o cumprimento dos procedimentos previstos no Caput desta Cláusula.

Parágrafo Segundo – Os documentos de cobrança são compostos da Nota Fiscal ou Fatura da CONTRATADA e, em anexo, os documentos de comprovação de realização de serviços dos fornecedores.

Parágrafo Terceiro – A nota fiscal/fatura da CONTRATADA deverá:

- a) conter o número deste contrato, o objeto contratual e o mês da prestação dos serviços;
- b) conter agência e número da conta corrente;
- c) conter a indicação dos serviços prestados e os respectivos valores; e
- d) ser entregue ao CONTRATANTE, com antecedência mínima de 05 (cinco) dias das datas de pagamento mencionadas no *caput* desta Cláusula, no endereço **CESUP ADMINISTRAÇÃO DE CONTRATOS BELO HORIZONTE (MG), Rua da Bahia, 2500, 5º andar – Lourdes – Belo Horizonte (MG), CEP 30160-012**, após a manifestação de aceite, pelo CONTRATANTE, dos serviços executados. No caso de notas fiscais eletrônicas, deverão ser enviadas para: cesup.gefor@bb.com.br.

Parágrafo Quarto - Código(s) de serviço(s) da Lei Complementar nº 116/2003 para fins de faturamento pela CONTRATADA quanto ao ISSQN:

- 1711 Publicidade - Honorários Agência Publicidade = ISSQN: item 10.08 da LC116/03;
- 1712 Publicidade - Produção (Fornecedor Sediado no DF) = ISSQN: item 17.06 da LC116/03;
- 1713 Publicidade - Produção (Fornecedor Não Sediado no DF) = sem ISSQN;
- 1726 Publicidade - Veiculação = ISSQN: item 10.08 da LC116/03;

3003 Publicidade - Ferramentas (Fornecedor Sediado no Exterior) = sem ISSQN; e
3015 Publicidade - Ferramentas = sem ISSQN

Parágrafo Quinto - Os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais) que sejam devidos em decorrência direta ou indireta deste contrato ou de sua execução são de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, assim definido na norma tributária, sem direito a reembolso.

Parágrafo Sexto - O CONTRATANTE, quando fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

Parágrafo Sétimo - Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE poderá devolvê-la. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

Parágrafo Oitavo - Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA, na forma da **Cláusula Trigésima Sexta**.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - Os pagamentos a fornecedores por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovadas pelo CONTRATANTE e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

Parágrafo Primeiro - Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamentos serão de sua exclusiva responsabilidade.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA apresentará ao CONTRATANTE cópia dos comprovantes dos pagamentos feitos a fornecedores, incluídos os veículos e plataformas de comunicação/divulgação, em até **10 (dez)** dias corridos após a realização do pagamento pelo CONTRATANTE à CONTRATADA.

Parágrafo Terceiro - O não pagamento de fornecedores no prazo estipulado, ou a falta de apresentação de justificativa plausível, poderá implicar na suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

Parágrafo Quarto - Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, ou não justificada a impossibilidade de fazê-lo, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

Parágrafo Quinto - Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos nos parágrafos precedentes, a CONTRATANTE poderá, a seu critério e sem prejuízo de aplicar à CONTRATADA as penalidades contratualmente previstas, optar pela rescisão deste contrato e/ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores especializados e/ou aos veículos/plataformas de comunicação e divulgação, conforme o caso, quando se tratar de serviços contratados com a intermediação da CONTRATADA.

Parágrafo Sexto – Caso haja o descumprimento, pela CONTRATADA, de quaisquer das obrigações previstas nesta Cláusula, o CONTRATANTE poderá, a seu critério, consignar judicialmente o pagamento dos valores devidos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - Serão de responsabilidade da CONTRATADA quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos.

GARANTIA

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - A CONTRATADA entregará ao CONTRATANTE comprovante de garantia, em uma das modalidades previstas no Edital, no valor correspondente a **1% (um por cento)** do valor deste contrato definido na **Cláusula Trigésima**, como forma de garantir a perfeita execução do seu objeto.

Parágrafo Primeiro – O comprovante de garantia deverá ser entregue, no prazo máximo de 15 (quinze) dias contados da data de assinatura deste contrato no seguinte endereço: **BANCO DO BRASIL S.A. - CESUP ADMINISTRAÇÃO DE CONTRATOS BELO HORIZONTE (MG), Rua da Bahia, 2500 – 5.º andar – Lourdes – Belo Horizonte – MG, CEP 30.160-012. Também poderá ser enviada para:cesup.gefor@bb.com.br.**

Parágrafo Segundo - O pagamento das notas fiscais/faturas poderá ser suspenso quando não apresentada a garantia, no prazo e local estipulados no parágrafo anterior.

Parágrafo Terceiro - A garantia responderá pelo fiel cumprimento das disposições deste contrato, ficando o CONTRATANTE autorizado a executá-la para cobrir multas, indenizações ou pagamento de qualquer obrigação, inclusive em caso de rescisão.

Parágrafo Quarto - Utilizada a garantia, a CONTRATADA obriga-se a integralizá-la no prazo de 5 (cinco) dias úteis contado da data em que for notificada formalmente pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Quinto - O valor da garantia somente poderá ser disponibilizado à CONTRATADA quando do término ou rescisão deste contrato, desde que não possua dívida inadimplida com o CONTRATANTE, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, e mediante expressa autorização deste.

Parágrafo Sexto - A garantia a ser apresentada responderá pelo cumprimento das obrigações da CONTRATADA eventualmente inadimplidas na vigência deste contrato e da garantia, e não serão aceitas se o garantidor limitar o exercício do direito de execução ou cobrança ao prazo de vigência da garantia.

Parágrafo Sétimo - Em caso de atualização do valor contratual estimado, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido no *caput* desta Cláusula, podendo admitir que seja oferecida nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas no *caput* desta Cláusula, desde que haja concordância do CONTRATANTE.

Parágrafo Oitavo – Em caso de caução em dinheiro, o valor depositado em caução será administrado pelo BANCO DO BRASIL S.A., por meio de aplicações financeiras, de comum acordo com a CONTRATADA, que terá acesso aos extratos de simples verificação da conta de caução.

Parágrafo Nono - Em caso de fiança bancária, deverão constar no instrumento, não sendo aceito pelo CONTRATANTE fiança bancária que não atenda aos seguintes requisitos:

- a) ser emitida por instituição financeira idônea, devidamente autorizada a funcionar no Brasil, que, em nome da contratada, garante a plena execução contratual e responde diretamente por eventuais danos que possam ser causados na execução contratual;
- b) prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato;
- c) registro no Cartório de Títulos e Documentos, conforme exigido no art.129 da Lei nº 6015/1973 (Lei de Registros Públicos);
- d) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário e principal pagador, fará o pagamento ao CONTRATANTE, dos prejuízos por este sofridos em razão de descumprimento das obrigações da CONTRATADA, independentemente de interpelação judicial;
- e) declaração da instituição financeira de que a carta fiança é concedida em conformidade com o disposto no art. 34 da Lei nº 4.595/1964, nos termos do art. 2º da Resolução CMN nº 2.325, de 1996, do Conselho Monetário Nacional;

- f) expressa renúncia do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil; e
- g) cláusula que assegure a atualização do valor afiançado.

Parágrafo Décimo - Não será aceita fiança bancária que não atenda aos requisitos estabelecidos no **Parágrafo Nono**.

Parágrafo Décimo Primeiro – Em se tratando de seguro-garantia:

- a) a apólice deverá indicar o CONTRATANTE como beneficiário e que o seguro garante o fiel cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA neste contrato, inclusive as de natureza trabalhista e/ou previdenciária, até o valor da garantia fixado na apólice;
- b) deverá conter cláusula adicional, que possua abrangência sobre as Ações Trabalhistas e Previdenciárias, até dois anos após a finalização deste contrato, respeitando as Condições Especiais de Coberturas Adicionais previstas nos anexos à Circular SUSEP 477/2013; e
- c) não será aceita apólice que contenha cláusulas contrárias aos interesses do CONTRATANTE.
- d) Havendo necessidade de alterações contratuais não previamente estabelecidas neste Contrato, deverá a CONTRATADA comunicar formalmente à SEGURADORA a alteração pretendida, solicitando-lhe o respectivo aceite em até 48 (quarenta e oito) horas, inclusive por meio da emissão de endosso, quando for o caso.
- e) Na hipótese da alínea anterior, a CONTRATADA se compromete a contratar seguro-garantia cuja apólice traga a exigência de manifestação da SEGURADORA em até 48 (quarenta e oito) horas de sua comunicação, sob pena de configurar anuência tácita às alterações pretendidas.
- f) Nas hipóteses de concessão de repactuação retroativa, o fornecedor deverá apresentar endosso à apólice original com efeitos retroativos, a fim de que o valor assegurado reflita o valor do contrato atualizado, inclusive no tempo.

SIGILO

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - A CONTRATADA se compromete a guardar sigilo absoluto sobre as atividades decorrentes da execução dos serviços e sobre as informações a que venha a ter acesso por força da execução deste contrato, direta ou indiretamente, bem como a tratá-las conforme os Critérios de Tratamento da Informação e às normas referentes à Segurança da Informação disponibilizadas pelo CONTRATANTE no Portal de Políticas de Segurança da Informação (PSI) www.bb.com.br/psi.

Parágrafo Primeiro - Durante a execução deste contrato, a CONTRATADA dará acesso, em tempo hábil, às informações, processos, serviços e/ou suas instalações ao CONTRATANTE, quando solicitado, para viabilizar a verificação dos controles de “Segurança da Informação instituídos e Orientadores” listados no Portal PSI.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA, por seus dirigentes, prepostos ou empregados, a qualquer título e comitentes, compromete-se, mesmo após o término do presente contrato, a manter completa confidencialidade e sigilo sobre quaisquer dados ou informações obtidas em razão do presente contrato, reconhecendo que não poderão ser divulgados ou fornecidos a terceiros, salvo com expressa autorização, por escrito, do CONTRATANTE.

Parágrafo Terceiro - A CONTRATADA será responsável, civil e criminalmente, por quaisquer danos causados ao CONTRATANTE e/ou terceiros em virtude da quebra da confidencialidade e sigilo a que estão obrigadas.

Parágrafo Quarto - Para fins de sigilo, a CONTRATADA obriga-se por seus administradores, empregados e prepostos, a qualquer título, e comitentes.

Parágrafo Quinto - Para os fins previstos na presente Cláusula, a CONTRATADA obriga-se a manter sob sua guarda e responsabilidade, **Termo de Compromisso com o Sigilo da Informação**, firmado por todos os seus empregados que venham a participar da prestação dos serviços objeto deste contrato, nos termos da minuta constante do **Documento nº 6** deste contrato.

Parágrafo Sexto - O CONTRATANTE poderá exigir a qualquer tempo, a apresentação do Termo a que se refere o **Parágrafo Quinto desta Cláusula**. A CONTRATADA terá o prazo de 48 (quarenta e oito) horas, a contar da data da solicitação, para a apresentação dos documentos solicitados, sob pena da aplicação das penalidades estabelecidas neste contrato.

Parágrafo Sétimo - Quaisquer informações obtidas pela CONTRATADA durante a execução contratual, nas dependências do CONTRATANTE ou dela originárias, ainda que não diretamente envolvidas com a mencionada execução contratual, devem ser mantidas em sigilo nos termos e prazos da presente Cláusula.

Parágrafo Oitavo - A CONTRATADA reconhece que as especificações técnicas, para fins de execução deste contrato, não são passíveis de apropriação, estando titularizadas pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Nono - A CONTRATADA obriga-se a somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

Parágrafo Décimo - Para fins de sigilo, a CONTRATADA obriga-se a estabelecer quarentena de 3 (três) meses na indústria financeira para os sócios, presidentes, vice-presidentes, dirigentes e diretores da CONTRATADA que trabalhem na área de criação, planejamento e atendimento.

Parágrafo Décimo Primeiro - O descumprimento da obrigação de sigilo e confidencialidade importará:

- a) na rescisão contratual, se vigente este contrato;
- b) em qualquer hipótese, na responsabilidade por perdas e danos, observado o disposto na **Cláusula Quadragésima Nona**;
- c) na adoção dos remédios jurídicos e sanções cabíveis; e
- d) na aplicação de multa administrativa no montante definido na **Cláusula Quadragésima Oitava**.

Parágrafo Décimo Segundo - Para fins de sanção administrativa, o descumprimento da obrigação de sigilo tem caráter de irregularidade grave, podendo implicar suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o CONTRATANTE.

Parágrafo Décimo Terceiro - Não será considerado quebra de sigilo quando:

- a) a informação já era comprovadamente conhecida antes das tratativas de contratação, sejam elas diretas ou mediante procedimento licitatório;
- b) houver prévia e expressa anuência do CONTRATANTE, mediante autorização do CONTRATANTE, quanto à liberação da obrigação de sigilo e confidencialidade;
- c) a informação foi comprovadamente conhecida por outra fonte, de forma legal e legítima, independentemente do presente contrato; e
- d) houver determinação judicial e/ou governamental para conhecimento das informações, desde que notificada imediatamente ao CONTRATANTE, previamente à liberação, e sendo requerido segredo de justiça no seu trato judicial e/ou administrativo.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste contrato, que possui, estrutura de

atendimento, com dedicação exclusiva, compatível com o volume e as características dos serviços publicitários a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo pelos seguintes profissionais, que tenham graduação superior e as respectivas qualificações:

- a) 1 (um) Diretor Geral de Conta: experiência comprovada de, no mínimo, 10 (dez) anos em gestão de equipes;
- b) 1 (um) Diretor de Atendimento: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em atendimento de publicidade e gestão de contas;
- c) 4 (quatro) profissionais de atendimento: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em atendimento de publicidade;
- d) 1 (um) profissional de atendimento para o meio internet: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em atendimento de publicidade *on-line*;
- e) 1 (um) Diretor de planejamento e pesquisa: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em planejamento de comunicação e marketing;
- f) 1 (um) profissional de pesquisa: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em planejamento de comunicação e marketing;
- g) 1 (um) Diretor de Criação: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos na direção de criação publicitária;
- h) 2 (duas) duplas de profissionais de criação: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos na criação/redação publicitária;
- i) 2 (duas) duplas de profissionais de criação para o meio internet: experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos na criação/redação para publicidade *on-line*;
- j) 3 (três) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos, em produção;
- k) 1 (um) Diretor de Mídia: experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em planejamento e execução de mídia *on-line* e *off-line*;
- l) 2 (dois) Gerentes de Mídia com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em planejamento e execução de mídia *on-line* e *off-line*;
- m) 4 (quatro) profissionais de mídia: experiência comprovada de, no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia, sendo que, pelo menos, dois deles tenham experiência comprovada no planejamento e execução de mídia *on-line*;
- n) 2 (dois) Analistas de Dados (*Business Intelligence*): possuir graduação superior ou estar frequentando curso superior na área, com experiência comprovada, de no mínimo, 3 (três) anos com análise e tratamento de dados de mídia *on-line*.

Parágrafo Primeiro - Para os profissionais listados no caput desta Cláusula deverão ser apresentadas informações de suas respectivas qualificações e experiências profissionais, na forma de currículo resumido que comprove as especificações exigidas, para prévia aprovação pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Segundo - A atuação de profissionais relacionados às áreas de atendimento, *checking* e faturamento deve ser, obrigatoriamente, alocada fisicamente em Brasília (DF).

Parágrafo Terceiro - Em acordo com o CONTRATANTE, as CONTRATADAS poderão viabilizar a atuação de profissionais de outras áreas, com dedicação exclusiva, de forma remota, desde que não haja comprometimento da tempestividade e qualidade das entregas dos serviços. A critério do CONTRATANTE será estabelecido cronograma de reuniões presenciais com profissionais em atuação remota.

Parágrafo Quarto - A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se, de forma complementar, da matriz ou de seus representantes em outros estados para serviços de criação e de produção

ou outros complementares ou acessórios, que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

Parágrafo Quinto - A CONTRATADA se compromete a utilizar os profissionais indicados nas alíneas “a” a “n” do caput desta Cláusula na elaboração dos serviços objeto deste contrato. Caso a substituição de qualquer profissional se faça necessária ao longo da vigência deste contrato, a CONTRATADA deverá apresentar currículo resumido com comprovação de experiência equivalente ou superior à exigida na contratação, para prévia aprovação do CONTRATANTE.

Parágrafo Sexto - A CONTRATADA manterá perante o CONTRATANTE, à frente dos serviços, representantes credenciados por escrito, o qual serão responsáveis pela direção dos serviços contratados.

Parágrafo Sétimo - As CONTRATADAS deverão, ainda, em conjunto, implementar e manter os serviços abaixo descritos, sem custos adicionais ao CONTRATANTE, os quais visam apoiar a perfeita execução contratual. Esses serviços estão especificados e detalhados no **Documento nº 1** deste contrato, e os formatos de sua implementação deverão ser previamente aprovados pelo CONTRATANTE.

- a) Gerenciamento de Dados de Pesquisas: banco de dados e ferramenta de gestão do histórico e dos relatórios com resultados de todas as pesquisas realizadas para o CONTRATANTE, no âmbito da vigência contratual;
- b) Gerenciamento da Memória da Propaganda: banco de dados e ferramenta de gestão de todas as peças e/ou materiais produzidos por campanha publicitária, no âmbito da vigência contratual; e
- c) Gerenciamento de Demandas de Produção: ferramenta tecnológica de apoio à especificação técnica, aprovação de custos e autorização da produção das peças e/ou materiais publicitários a serem produzidos no âmbito da vigência contratual.

Parágrafo Oitavo – Além dos serviços descritos no **Parágrafo Sétimo** desta Cláusula, as CONTRATADAS também deverão, em conjunto, implementar e manter, em Brasília (DF) o **Núcleo de Estratégia, Análise e Informações de Mídia – NMBB**, entidade sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos, que tem como função assessorar o CONTRATANTE e as CONTRATADAS na implementação dos esforços e das estratégias de comunicação publicitária, no que diz respeito ao planejamento, pesquisa, análise, autorização, execução, acompanhamento, monitoramento, segurança da marca e controle de resultados das ações publicitárias, bem como na realização de atividades de operação relacionadas à execução publicitária do CONTRATANTE, que requeiram sua interveniência. O NMBB poderá ser instalado nas dependências do CONTRATANTE, no seu interesse, sendo o formato e as características de sua implementação previamente aprovadas pelo CONTRATANTE. As especificações do NMBB a serem observadas pelas CONTRATADAS estão detalhadas no **Documento nº 1** deste contrato.

Parágrafo Nono – No decorrer da vigência contratual, a CONTRATADA também deverá manter e disponibilizar ao CONTRATANTE amplo acesso, sem custos adicionais, aos serviços de:

- a) assinatura de banco de imagens – fotos - *royalty free*, sem limite diário de *downloads* (padrão *Shutter Stock* ou similar, versão *Premium*); e
- b) assinatura de banco de imagens – vídeos - *royalty free*, sem limite diário de *downloads* (padrão *Shutter Stock* ou similar, versão *Premium*).

Parágrafo Décimo – Ao firmar contrato com empresas de checagem independente a CONTRATADA deverá fazer constar no referido instrumento que a CONTRATANTE terá acesso ao relatório de checagem, bem como aos dados brutos que o originou, os quais terão a finalidade de subsidiar, durante a liquidação das despesas, a verificação, por amostragem, das veiculações realizadas.

Parágrafo Décimo Primeiro – A critério do CONTRATANTE, o relatório de checagem, referido no parágrafo anterior, bem como os seus dados brutos, poderão ser encaminhados diretamente pela empresa de checagem ao CONTRATANTE, mediante solicitação.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - A CONTRATADA deverá manter, ao longo da vigência do contrato, certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 96 do Regulamento de Licitações e Contratos do Banco do Brasil.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – A CONTRATADA se compromete a realizar os serviços com elevada qualidade técnica, operando como uma organização completa.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – A CONTRATADA obriga-se a obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE, todas e quaisquer vantagens em:

- a) veiculações: descontos especiais (além dos previstos em tabela); bonificações/reaplicações em espaço, tempo ou serviços; prazos especiais de pagamento;
- b) serviços prestados por fornecedores especializados: descontos; serviços; volume; especificações técnicas; prazos especiais de pagamento e outras de natureza financeira.

Parágrafo Único - Não se aplicam ao disposto no *caput* desta Cláusula os planos de incentivo concedidos por veículos/plataformas de comunicação e divulgação à CONTRATADA, conforme disposições da Lei nº 12.232/2010.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - A CONTRATADA obriga-se a administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o CONTRATANTE.

CLAÚSULA VIGÉSIMA SEGUNDA – A CONTRATADA e seus profissionais se guiarão pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA - Os serviços serão realizados com recursos próprios da CONTRATADA ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores especializados e de veículos/plataformas de divulgação ou comunicação.

Parágrafo Primeiro - Qualquer que seja a forma de execução das atividades relacionadas ao objeto deste contrato, a responsabilidade pela boa execução dos serviços será sempre da CONTRATADA, a qual deverá obter anuência prévia e por escrito do CONTRATANTE de tudo o que vier a ser realizado por fornecedores, incluídos veículos/plataformas de comunicação e divulgação.

Parágrafo Segundo - Qualquer conteúdo desenvolvido pela CONTRATADA poderá ser incorporado à proposta da outra CONTRATADA, a critério do CONTRATANTE, independentemente de serem consideradas vencedoras em procedimentos de seleção interna.

Parágrafo Terceiro - Quando os serviços forem realizados por fornecedores especializados, a CONTRATADA obrigar-se-á a fazer cotação prévia de preços, observadas as disposições a seguir:

- a) apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações de preços, necessariamente colhidas entre integrantes do cadastro de fornecedores descrito no **Parágrafo Décimo** desta Cláusula;
- b) nas propostas devem constar cotação de todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários e totais;
- c) as propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, dentre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável pela empresa fornecedora;

- d) juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido;
- e) se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para avaliação do CONTRATANTE;
- f) o CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de fornecedores especializados em relação aos do mercado ou ao seu histórico de contratações similares;
- g) no caso de os fornecedores apresentados não alcançarem os valores de mercado indicados pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá providenciar nova cotação de preços;
- h) em igualdade de especificações técnicas de bens e/ou serviços, dar preferência e contratar os fornecedores cujos preços eventualmente sejam objeto de Registros de Preços firmados com o CONTRATANTE; e
- i) não contratar por preços superiores aos eventualmente constantes das Atas de Registros de Preços firmadas pelo CONTRATANTE.

Parágrafo Quinto – A contratação dos fornecedores especializados para execução das atividades complementares ao objeto do contrato, previstas no **Parágrafo Primeiro da Clausula Primeira**, estará condicionada ao atendimento de especificações técnicas e pré-requisitos definidos pelo CONTRATANTE, com o intuito de garantir a prestação dos serviços com a qualidade necessária ao atingimento dos objetivos do CONTRATANTE.

Parágrafo Sexto – O CONTRATANTE poderá, a seu critério, solicitar mais informações sobre a empresa/fornecedor especializado e sobre as especificações técnicas apresentadas, bem como solicitar a substituição do fornecedor a qualquer tempo.

Parágrafo Sétimo - O desconto de antecipação de pagamento será integralmente transferido ao CONTRATANTE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

Parágrafo Oitavo - A CONTRATADA não poderá, em hipótese alguma, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, preterindo veículos/plataformas de comunicação e divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos/plataformas de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

Parágrafo Nono - O descumprimento ao disposto no Parágrafo anterior poderá acarretar a aplicação das sanções previstas na **Cláusula Quadragésima Sexta** - Sanções Administrativas.

Parágrafo Décimo - A cotação dos preços deverá ser obtida junto a fornecedores cadastrados no Sistema de Referências de Custos (SIREF), da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom - PR, que estejam aptos a fornecerem os bens e/ou serviços relacionados com as atividades complementares ao objeto deste contrato, previstos no **Parágrafo Primeiro da Clausula Primeira** deste contrato.

Parágrafo Décimo Primeiro - É vedada a cotação e contratação/aquisição de bens e serviços, para atendimento de demandas relativas ao objeto deste contrato, junto aos seguintes fornecedores:

- a) com os quais a CONTRATADA, seus sócios, dirigentes ou empregados tenham, direta ou indiretamente, vínculo societário; ou
- b) cujos sócios ou dirigentes tenham, com sócios, dirigentes ou empregados da CONTRATADA, vínculo de parentesco em linha reta ou colateral, de até terceiro grau; ou
- c) cujos sócios ou dirigentes tenham, com empregado do CONTRATANTE, vínculo de parentesco em linha reta ou colateral, de até terceiro grau.

Parágrafo Décimo Segundo - Quando a cotação do fornecimento de bens e/ou serviços, integrantes de uma ação publicitária, for superior a 0,5% (meio por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

Parágrafo Décimo Terceiro - A CONTRATADA será responsável por orientar a produção das peças e/ou materiais publicitários aprovadas pelo CONTRATANTE. A seu juízo, o CONTRATANTE poderá, sob sua própria orientação, contratar a aquisição de materiais e a impressão de peças gráficas sem a intermediação da CONTRATADA, não cabendo, em nenhum dos casos, o pagamento de honorários à CONTRATADA.

Parágrafo Décimo Quarto - As peças e/ou materiais publicitários a serem distribuídos junto a veículos/plataformas de comunicação e divulgação só terão sua produção autorizada após a aprovação da mídia pelo CONTRATANTE, observadas as disposições constantes da **Cláusula Vigésima Quarta**.

Parágrafo Décimo Quinto - Nos casos de reutilização de peças publicitárias do CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos definidos nos **Parágrafos Sexto a Oitavo da Cláusula Quinta**.

Parágrafo Décimo Sexto - A CONTRATADA deverá obter aprovação prévia do CONTRATANTE para assumir qualquer despesa relacionada à execução dos serviços objeto deste contrato, inclusive referentes a serviços prestados por fornecedores especializados e veículos/plataformas de comunicação e divulgação.

Parágrafo Décimo Sétimo - A CONTRATADA deverá apresentar ao CONTRATANTE, previamente às formalizações das autorizações de veiculação, para aprovação do plano de mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos, dos quais será possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa fiscalizadora, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade. A apresentação da relação é dispensada nos casos que já estiverem definidos no estudo de *checking* anual, conforme alínea 'h' do **Parágrafo Vigésimo Terceiro** desta Cláusula.

Parágrafo Décimo Oitavo - A CONTRATADA se compromete a buscar no mercado empresas fiscalizadoras com capacidade para atender a cobertura dos planos de mídia autorizados pelo CONTRATANTE, em sua maior amplitude possível, a fim de minimizar a falta de checagem das veiculações.

Parágrafo Décimo Nono - A CONTRATADA tomará providências imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamento ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE. Neste caso, serão respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados e com os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que as inadequações não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores especializados e/ou veículos/plataformas de comunicação e divulgação, por ela contratados.

Parágrafo Vigésimo - Caberá exclusivamente à CONTRATADA responder perante o CONTRATANTE e terceiros por ação ou omissão de seus prepostos e empregados, e ainda, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade, na observância dos procedimentos de *Brand Safety* ou por erro seu em quaisquer serviços integrantes do objeto deste contrato.

Parágrafo Vigésimo Primeiro - A obtenção das licenças necessárias à execução dos serviços junto às repartições competentes será de responsabilidade da CONTRATADA.

Parágrafo Vigésimo Segundo - A CONTRATADA deverá prestar, com recursos próprios, os seguintes serviços:

- a) realização de traduções das peças e/ou materiais publicitários para outros idiomas, quando solicitado pelo CONTRATANTE;

- b) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação publicitária;
- c) tratamento ou fusão de imagem (fotos e ilustrações, inclusive, digital);
- d) criação, produção e adaptação de peças publicitárias integrantes de ações e/ou campanhas do CONTRATANTE, com recursos próprios, para o meio digital;
- e) realização e apresentação de pesquisas, nos termos dispostos no **Parágrafo Décimo da Cláusula Primeira** deste contrato;
- f) elaboração e envio de relatórios mensais, por meio digital, em conjunto com as demais CONTRATADAS, na segunda semana do mês subsequente, contendo análise detalhada e consolidada das campanhas publicitárias dos 5 (cinco) principais concorrentes diretos do CONTRATANTE, veiculadas no mês anterior. Anualmente, o CONTRATANTE poderá solicitar o envio de um relatório consolidado da atuação da concorrência, como insumo para seu planejamento anual de comunicação; e
- g) elaboração e apresentação mensal, em conjunto com as demais CONTRATADAS, de *clipping* das ações de publicidade do CONTRATANTE e dos 5 (cinco) principais concorrentes diretos.

Parágrafo Vigésimo Terceiro - Em complemento ao **Parágrafo Vigésimo Segundo**, a CONTRATADA fica obrigada a dispor das seguintes informações e estudos disponíveis no mercado, que deverão ser utilizados por ela no planejamento, no desenvolvimento e na execução das ações de publicidade que vierem a ser demandas pelo CONTRATANTE, cujos custos de aquisição serão de responsabilidade da CONTRATADA:

- a) pesquisa e análise de comportamento, hábitos e atitudes da população brasileira, relacionados ao consumo de categorias de produtos e de mídia, além de perfis de atitude comportamental;
- b) dados sobre consumo e audiência de televisão aberta e por assinatura, incluindo o consumo multiplataforma e via *streaming*, com a audiência de televisão consumida em diferentes plataformas;
- c) dados sobre consumo e audiência de rádio, incluindo o consumo via *live streaming*;
- d) medição da audiência digital multiplataforma – computadores e dispositivos móveis;
- e) auditoria que comprove os dados de circulação paga, tiragem e distribuição dos meios jornal e revista, incluindo, também, suas versões digitais;
- f) pesquisa baseada em geolocalização, com dados sociodemográficos, econômicos e geográficos, para definição sobre modelos e formatos de OOH e DOOH;
- g) monitoramento dos investimentos publicitários das principais marcas e segmentos de interesse do BANCO; e
- h) estudo de *checking* anual, em conjunto com as demais CONTRATADAS, sobre o mercado de *checking* publicitário e proposta de adoção de metodologias de fiscalização, bem como de empresas fiscalizadoras, a serem utilizadas, por padrão, no processo de fiscalização e comprovação de veiculação de ações publicitárias.

Parágrafo Vigésimo Quarto – A CONTRATADA deverá disponibilizar ao CONTRATANTE acesso (login) às ferramentas previstas no **Parágrafo Vigésimo Terceiro** desta Cláusula, bem como aquelas indicadas no **Documento 1** deste contrato, relacionadas à atuação do NMBB. Essas informações deverão ser disponibilizadas na periodicidade fornecida pelos institutos de pesquisa ou ficarem à disposição do CONTRATANTE para consulta, quando solicitada.

Parágrafo Vigésimo Quinto – As regras vinculadas aos trabalhos a serem desenvolvidos pela CONTRATADA, além dos relatórios a serem elaborados, fazem parte do Manual de Relacionamento Banco do Brasil e Agências de Publicidade, divulgado no site do Banco do Brasil (bb.com.br > **Relações com Fornecedores** > **Compras e Contratações** > **Serviços**

de Publicidade > Manual de Relacionamento Banco do Brasil e Agências de Publicidade) e cuja observância é obrigatória por parte das CONTRATADAS.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA - A CONTRATADA manterá, sob sua guarda, por 5 (cinco) anos após o término da vigência deste contrato, portfólio atualizado com todas as peças produzidas, sem ônus para o CONTRATANTE.

Parágrafo Primeiro - Ao término do presente contrato, a CONTRATADA fica obrigada a disponibilizar digitalmente todas as peças criadas para o CONTRATANTE, que poderá utilizá-las na íntegra ou com modificações, sem qualquer ônus adicional, ressalvados os direitos de terceiros. O formato digital e forma de apresentação dessas peças será definido em acordo entre as partes, com vistas à preservação de sua qualidade técnica e garantia de uso posterior. Essa obrigação poderá, a critério do CONTRATANTE, ser suprimida com a efetiva implementação do serviço/ferramenta de Gerenciamento da Memória da Propaganda, conforme previsto na **alínea “b”, do Parágrafo Sétimo da Clausula Décima Sétima**.

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUINTA - Em relação aos profissionais utilizados na execução deste contrato, a CONTRATADA se compromete a:

- a) responder pela supervisão, direção técnica e administrativa e mão-de-obra necessárias à execução dos serviços contratados, como única e exclusiva empregadora;
- b) cumprir a legislação trabalhista com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores especializados;
- c) se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEXTA - A CONTRATADA deverá fornecer os materiais e suprimentos necessários à execução de todos os serviços previstos neste contrato.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SÉTIMA – A CONTRATADA, no âmbito deste contrato, declara e se compromete a:

- a) adotar boas práticas de preservação ambiental, protegendo o meio ambiente, prevenindo práticas danosas e executando seus serviços em observância à legislação vigente, principalmente no que se refere aos crimes ambientais;
- b) Não constar, esta empresa e seus sócios-diretores, em listas oficiais por infringir as regulamentações pertinentes a valores sociais, ambientais e climáticos, bem como não contratar pessoas físicas ou jurídicas, dentro de sua cadeia produtiva, que constem de tais listas;
- c) repudiar condutas que possam caracterizar assédio de qualquer natureza;
- d) combater práticas de exploração sexual de crianças e adolescentes;
- e) respeitar à Declaração Universal dos Direitos Humanos combatendo à discriminação em todas as suas formas;
- f) reconhecer, aceitar e valorizar a diversidade do conjunto de pessoas que compõem a empresa;
- g) obedecer e fazer com que seus empregados, representantes e fornecedores obedeçam a toda legislação, normas e regulamentos aplicáveis à condução de projetos sociais;
- h) respeitar à livre associação sindical e direito à negociação coletiva;
- i) Cumprir a legislação trabalhista, previdenciária e a regulamentação relativa à prevenção à lavagem de dinheiro e financiamento do terrorismo;
- j) Disseminar práticas de responsabilidade social, ambiental e climática na cadeia de fornecedores;
- k) criar ou reforçar, bem como manter, todas as ações e procedimentos necessários para que as pessoas que integram as estruturas da empresa conheçam as leis a que estão

vinculadas, em especial os artigos 299 e 337 -F do Código Penal Brasileiro, artigo 5º da Lei 12.846/2013 e art. 1º da Lei 9.613/1998, ao atuarem em seu nome ou em seu benefício, para que possam cumpri-las integralmente, especialmente, na condição de fornecedor de bens e serviços para o CONTRATANTE;

- l) impedir que qualquer pessoa ou organização que atue em seu nome ou em seu benefício prometa, ofereça, comprometa-se a dar qualquer tipo de vantagem indevida, de forma direta ou indireta, a qualquer funcionário do CONTRATANTE, ou a qualquer pessoa ou empresa em nome do CONTRATANTE;
- m) não financiar, custear, patrocinar ou subvencionar a prática dos atos ilícitos;
- n) proibir ou reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização que aja em seu nome, seja representante, agente, mandatário ou qualquer outro vínculo, utilize meio imoral ou antiético nos relacionamentos com funcionários do CONTRATANTE;
- o) não fraudar, tampouco manipular o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com o CONTRATANTE e não criar pessoa jurídica de modo fraudulento ou irregular para celebrar contrato administrativo;
- p) apoiar e colaborar com o CONTRATANTE e com os demais órgãos, entidades ou agentes públicos em qualquer apuração de suspeita de irregularidades e/ou violação da lei, refletidos nesta declaração, sempre em estrito respeito à legislação vigente; e
- q) Ainda, declara que:
 - i. tem ciência e se obriga a cumprir integralmente a Lei nº 12.846/2013, observados os atos considerados lesivos à Administração Pública relacionados no artigo 5º do respectivo normativo legal e a responsabilização e aplicação administrativa e civil que é atribuída à pessoa jurídica em razão do seu cometimento;
 - ii. O conteúdo da proposta apresentada não foi informado a, discutido com ou recebido de qualquer outro participante do presente certame, por qualquer meio ou por qualquer pessoa antes da abertura oficial das propostas;
 - iii. Tem ciência de que, conforme disposto no artigo 30 da Lei 12.846/2013, não se afasta o processo de responsabilização e aplicação das penalidades decorrentes de: I – ato de improbidade administrativa nos termos da Lei 8.429, de junho de 1992; e, II – atos ilícitos alcançados pelo Código Penal, ou outras normas de licitações e contratos da administração pública, inclusive no tocante ao Regime Diferenciado de Contratações Públicas – RDC instituído pela Lei 12.462, de 4 de agosto de 2011. III – Atos que configurem prática de lavagem ou ocultação de bens direitos e valores alcançados pela Lei nº 9.613/1998.
 - iv. que o descumprimento das alíneas 'k' a 'p' ensejará penalidades de acordo com o art. 299 do Código Penal Brasileiro, artigo 5º da Lei 12.846/2013 e art. 337-F do Código Penal Brasileiro.

FISCALIZAÇÃO

CLÁUSULA VIGÉSIMA OITAVA - O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

Parágrafo Primeiro - A fiscalização dos serviços será realizada diretamente pelo CONTRATANTE. Qualquer reclamação sobre a inexecução ou deficiência na execução dos serviços ora contratados, deverá ser feita pelo CONTRATANTE à CONTRATADA, por escrito, podendo ser entregue mediante protocolo – aviso de recebimento (AR) ou por outros meios com confirmação de recebimento. O não atendimento aos termos da reclamação a que alude esta Cláusula, dentro de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da entrega da reclamação, facultará a rescisão contratual, sem prejuízo do disposto na **Cláusula Quadragésima Sexta** e da aplicação das penalidades estabelecidas neste contrato.

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

Parágrafo Terceiro - A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

Parágrafo Quarto - A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, inclusive o de veiculação, considerado inaceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

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

Parágrafo Sexto - A CONTRATADA se obriga a permitir que o CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

Parágrafo Sétimo - Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao CONTRATANTE verificar o cumprimento das Cláusulas contratuais relativas às condições da contratação de fornecedores especializados, pela CONTRATADA, e ao pagamento dos honorários devidos à CONTRATADA.

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

CLÁUSULA VIGÉSIMA NONA - O CONTRATANTE realizará, 2 (dois) meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, durante a vigência do contrato, avaliação da qualidade do nível técnico do atendimento dos trabalhos prestados pela CONTRATADA. Serão considerados os seguintes quesitos referenciais:

- a) estudo e planejamento;
- b) criação;
- c) produção e custos;
- d) mídia (estudo e planejamento);
- e) mídia (compra e acompanhamento);
- f) avaliação de resultados;
- g) grupo de atendimento;
- h) comprovação de serviços prestados;
- i) administração e finanças;
- j) serviços especiais, fornecidos sem ônus; e
- k) atendimento global; e
- l) conformidade processual.

Parágrafo Único - A avaliação será considerada pelo CONTRATANTE para julgar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato.

RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

CLÁUSULA TRIGÉSIMA – Os recursos orçamentários previstos anualmente para os serviços de publicidade constantes da **Cláusula Primeira** totalizam **R\$ 750.000.000,00 (setecentos e cinquenta milhões de reais)** correspondentes à soma das despesas com o(s) contrato(s) decorrente(s) da **Licitação nº 2023/000XXXX (8558)**.

Parágrafo Primeiro - As despesas para execução dos serviços descritos na **Cláusula Primeira** serão atendidas pelos recursos fixados no *caput* desta Cláusula.

Parágrafo Segundo - Os recursos fixados no *caput* desta Cláusula serão atendidos no exercício orçamentário correspondente à vigência deste contrato.

Parágrafo Terceiro - Caso este contrato seja prorrogado, o CONTRATANTE consignará no orçamento dos próximos exercícios, as dotações necessárias ao pagamento dos serviços.

Parágrafo Quarto - O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor previsto no *caput* desta Cláusula.

Parágrafo Quinto - O valor informado no *caput* desta Cláusula poderá sofrer acréscimos ou reduções de até 25% (vinte e cinco por cento), por acordo entre as partes e mediante formalização de termo aditivo.

Parágrafo Sexto - Desde que acordado entre as partes, as reduções poderão exceder o percentual estabelecido no parágrafo anterior.

Parágrafo Sétimo - O valor estipulado no *caput* desta Cláusula poderá ser atualizado monetariamente pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULAS GERAIS

CLÁUSULA TRIGÉSIMA PRIMEIRA - O CONTRATANTE fornecerá à CONTRATADA todos os elementos e especificações necessários à execução completa dos serviços.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEGUNDA - Durante a vigência deste contrato, a CONTRATADA não assumirá nenhum contrato de serviços de publicidade, promoção ou comunicação junto a empresas concorrentes do CONTRATANTE.

Parágrafo Único – O descumprimento do disposto nesta Cláusula dará ao CONTRATANTE o direito de rescindir este contrato, com a aplicação das penalidades cabíveis.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA TERCEIRA - Durante a vigência deste contrato, a CONTRATADA se compromete a:

- a) prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre atos ou fatos concernentes à CONTRATADA, que possam ferir as Cláusulas deste contrato, no prazo de 2 (dois) dias, contados da data do recebimento do pedido de informações, encaminhado pelo CONTRATANTE;
- b) prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;
- c) cumprir todas as leis e posturas, federais, distritais, estaduais, e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de sua ação ou das de seus fornecedores;
- d) obedecer às determinações legais ou emanadas das autoridades constituídas, sendo a única responsável pelas providências necessárias e pelos efeitos decorrentes de eventuais inobservâncias delas;
- e) preservar e manter o CONTRATANTE a salvo de quaisquer reivindicações, demandas, queixas e representações de qualquer natureza, decorrentes de sua ação ou de seus fornecedores.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUARTA - A CONTRATADA, bem como seus profissionais e prepostos, comprometem-se, durante a execução do objeto contratual, a se abster de adotar práticas e de utilizar produtos prejudiciais ao meio ambiente, principalmente no que se refere

aos crimes ambientais, obrigando-se, incondicionalmente, a cumprir o disposto na legislação relativa à proteção ambiental.

Parágrafo Único - A inobservância das normas legais e sua regulamentação implicará em descumprimento contratual, com a aplicação das sanções estabelecidas neste contrato, sem prejuízo do direito de o CONTRATANTE promover a rescisão contratual, além da aplicação, pela autoridade competente, das sanções penais, civis, criminais e administrativas.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA QUINTA - A CONTRATADA responderá por todos os ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se-á por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

Parágrafo Único - Caberá à CONTRATADA responder por qualquer ação judicial movida por seus prepostos ou fornecedores especializados com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SEXTA - A CONTRATADA se obriga a manter, durante a vigência deste contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação. Assume, ainda, a obrigação de apresentar, no término do prazo de validade de cada documento, os seguintes comprovantes devidamente atualizados:

- a) prova de regularidade com a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão Unificada, expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional - PGFN, referente a todos os tributos federais e à Dívida Ativa da União - DAU, por elas administrados, inclusive contribuições previdenciárias;
- b) prova de regularidade perante o FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, mediante apresentação do CRF - Certificado de Regularidade de Fundo de Garantia, fornecido pela Caixa Econômica Federal; e

Parágrafo Primeiro - Com exceção da GFIP, os documentos exigidos neste contrato deverão ser apresentados no original, em cópia autenticada por cartório ou por publicação em órgão da imprensa oficial. A autenticação poderá ser feita, ainda, mediante cotejo da cópia (arquivo digital) com o original, por funcionário do CONTRATANTE devidamente identificado.

Parágrafo Segundo - Se a CONTRATADA estiver desobrigada da apresentação de quaisquer documentos solicitados nesta Cláusula deverá comprovar esta condição por meio de certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor, na forma exigida no Parágrafo Primeiro desta Cláusula.

Parágrafo Terceiro - A CONTRATADA estará dispensada de apresentar os documentos de que trata esta Cláusula, caso seja possível, ao CONTRATANTE, verificar a regularidade da situação da CONTRATADA por meio de consulta *on-line* ao SICAF.

Parágrafo Quarto – O CONTRATANTE se reserva o direito de rescindir administrativamente o contrato quando a CONTRATADA não comprovar sua regularidade de situação, na forma descrita nesta Cláusula. A rescisão se dará mediante comunicação formal à CONTRATADA.

Parágrafo Quinto – Além dos documentos relacionados no *caput* desta Cláusula, a CONTRATADA deverá apresentar ao CONTRATANTE anualmente o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, acompanhado do demonstrativo das contas de lucros e prejuízos que comprovem possuir a CONTRATADA boa situação financeira.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA SÉTIMA - A CONTRATADA será responsável pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias, inclusive as decorrentes de acidentes, indenizações, multas, seguros, normas de saúde pública e regulamentadoras do trabalho, assim como pelo cumprimento de todas as demais obrigações atinentes ao presente

contrato. Igualmente, será de responsabilidade da CONTRATADA, garantir o cumprimento de tais exigências dos fornecedores utilizados na execução dos serviços, conforme consta da **Cláusula Vigésima Terceira**.

Parágrafo Primeiro - A inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos mencionados nesta Cláusula, não transfere ao CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento. Caso venha o CONTRATANTE a satisfazê-los ser-lhe-á assegurado direito de regresso, sendo os valores pagos atualizados financeiramente, desde a data em que tiverem sido pagos pelo CONTRATANTE até aquela em que ocorrer o ressarcimento pela CONTRATADA.

Parágrafo Segundo - O CONTRATANTE poderá exigir, a qualquer momento, a comprovação do cumprimento das obrigações mencionadas no *caput* desta Cláusula.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA OITAVA - A CONTRATADA responderá pecuniariamente por danos e/ou prejuízos que forem causados ao CONTRATANTE, ou a terceiros, decorrentes de falha dos serviços ora contratados, inclusive os motivados por greves ou atos dolosos de seus empregados. Assume a CONTRATADA, nesse caso, a obrigação de efetuar a respectiva indenização até o 5º (quinto) dia útil após a comunicação, que lhe deverá ser feita por escrito.

CLÁUSULA TRIGÉSIMA NONA - A CONTRATADA se obriga a informar ao CONTRATANTE, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, qualquer alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA - É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA PRIMEIRA - A CONTRATADA não poderá utilizar as marcas do CONTRATANTE, ou sua qualidade de CONTRATADA em quaisquer atividades de divulgação empresarial, como, por exemplo, em cartões de visita, anúncios diversos, impressos, internet etc, sem anuência prévia e formal do CONTRATANTE, sob pena de imediata rescisão do presente contrato, independentemente de aviso ou interpelação judicial ou extrajudicial, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA.

Parágrafo Único - A CONTRATADA fica automaticamente dispensada da anuência formal do CONTRATANTE quando a utilização da marca tiver a função única e exclusiva de ilustrar o portfólio de clientes da CONTRATADA.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEGUNDA - A não utilização, pelas partes, de qualquer dos direitos assegurados neste contrato, ou na lei em geral, não implica novação, não devendo ser interpretada como desistência de ações futuras. Todos os meios postos à disposição neste contrato são cumulativos e não alternativos, inclusive com relação a dispositivos legais.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA TERCEIRA - São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor).

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA QUARTA – A CONTRATADA declara e obriga-se a:

- a) exercer suas atividades em conformidade com a legislação vigente;
- b) não se utilizar direta ou indiretamente, por meio de seus fornecedores especializados, de trabalho ilegal e/ou análogo ao escravo;
- c) não empregar direta ou indiretamente, por meio de seus fornecedores especializados, menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, insalubre ou perigoso;
- d) não empregar direta ou indiretamente, por meio de seus fornecedores especializados, menor de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, e, neste caso, o trabalho não poderá ser perigoso ou insalubre, ocorrer em horário noturno e/ou de modo a não permitir a frequência escolar;
- e) não se utilizar de práticas de discriminação negativa e limitativas para o acesso e manutenção do emprego, tais como por motivo de sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar, estado gravídico etc.;

- f) proteger e preservar o meio ambiente, prevenindo práticas danosas e executando seus serviços em observância à legislação vigente, principalmente no que se refere aos crimes ambientais.
- g) observar e cumprir as disposições contidas na Lei nº 12.846/2013, incluindo, mas não se limitando a, não se utilizar de práticas corruptas e/ou antiéticas visando obter ou dar vantagem indevida, de forma direta ou indireta, perante o CONTRATANTE.

Parágrafo Primeiro – A CONTRATADA declara, ainda, conhecer o Código de Ética do CONTRATANTE disponível na Internet, endereço eletrônico <http://www.bb.com.br> >> Ética e Integridade.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA declara também ter recebido, assinado e entregue o Questionário de Integridade constante do **Anexo 11** do Edital que deu origem a este contrato.

CLAÚSULA QUADRAGÉSIMA QUINTA - Na hipótese de participação de menores de 16 (dezesesseis) anos em campanhas publicitárias, deve observar ainda as seguintes condicionantes:

- a) o responsável legal do menor contratado deverá estar presente durante a realização/produção da campanha publicitária;
- b) o menor só poderá ser contratado mediante autorização formal e escrita do representante legal;
- c) o menor só poderá ser contratado mediante apresentação de comprovantes que atestem a sua matrícula e frequência regular em escola de ensino fundamental e/ou médio, salvo para aqueles fora da faixa etária escolar; e
- d) o menor só poderá ser contratado mediante apresentação pelo responsável legal do menor de autorização judicial que permita a participação da criança na campanha publicitária.

Parágrafo Único - A CONTRATADA, por ocasião da participação de menores de 16 anos em campanhas publicitárias, observadas as estipulações previstas nos parágrafos anteriores, deverá apresentar previamente ao CONTRATANTE os documentos e/ou comprovantes que atestem o cumprimento das condicionantes retro estabelecidas.

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SEXTA - Os atos praticados pela CONTRATADA, prejudiciais à execução deste contrato, sujeitam-na às seguintes sanções:

- a) advertência;
- b) multa;
- c) suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o CONTRATANTE e suas subsidiárias, por período não superior a 2 (dois) anos; e

Parágrafo Primeiro - Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo, observadas as normas do Regulamento de Licitações e Contratos do Banco do Brasil.

Parágrafo Segundo – A aplicação das penalidades ocorrerá após defesa prévia do interessado, no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da intimação do ato.

Parágrafo Terceiro - No caso de aplicação de multa por inexecução total ou parcial do contrato e suspensão temporária, caberá apresentação de recurso no prazo de 2 (dois) dias úteis a contar da intimação do ato.

Parágrafo Quarto - Nos prazos de defesa prévia e recurso, será aberta vista do processo aos interessados.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA SÉTIMA - A advertência poderá ser aplicada quando ocorrer:

- a) descumprimento das obrigações contratuais que não acarretem prejuízos para o CONTRATANTE; e

- b) execução insatisfatória ou pequenos transtornos ao desenvolvimento dos serviços desde que sua gravidade não recomende a aplicação da suspensão temporária ou declaração de inidoneidade.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA OITAVA - O CONTRATANTE poderá aplicar multa à CONTRATADA nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

Parágrafo Primeiro – Em caso de atraso, injustificado, na execução/entrega dos serviços, contrariando o disposto neste contrato, multa de 1% (um por cento) ao dia, a contar do primeiro dia útil da data fixada para entrega, calculada sobre o valor do serviço em atraso.

Parágrafo Segundo – Em caso de atraso na apresentação ou integralização da garantia de execução contratual, será aplicada multa de: 0,5% (zero vírgula cinco por cento) sobre o valor total da garantia, por dia útil de atraso, até o limite de 10% (dez por cento).

Parágrafo Terceiro – Multa de até 5% (cinco por cento) do valor do contrato informado na **Cláusula Trigésima**, nas seguintes situações:

- a) inexecução total do contrato;
- b) apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- c) irregularidades que ensejem a rescisão contratual;
- d) condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- e) prática de atos ilícitos visando prejudicar a execução do contrato;
- f) prática de atos ilícitos que demonstrem não possuir idoneidade para contratar com o Banco do Brasil S.A.;
- g) inadimplemento, por parte da CONTRATADA, de obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas aos seus empregados;
- h) descumprimento das obrigações deste contrato, especialmente aquelas relativas às características dos serviços, previstas na **Cláusula Primeira** deste contrato.

Parágrafo Quarto - Em caso de reincidência, o valor da multa estipulada no parágrafo anterior desta cláusula será elevado em 0,25% (zero vírgula vinte e cinco por cento) a cada reincidência, até o limite de 7,5% (sete vírgula cinco por cento) do valor do contrato informado na **Cláusula Trigésima**.

Parágrafo Quinto - A multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções, não terá caráter compensatório, e a sua cobrança não isentará a CONTRATADA da obrigação de indenizar eventuais perdas e danos.

Parágrafo Sexto - A multa aplicada à CONTRATADA e os prejuízos por ela causados ao CONTRATANTE serão deduzidos de qualquer crédito a ela devido, cobrados diretamente ou judicialmente.

Parágrafo Sétimo - A CONTRATADA desde logo autoriza o CONTRATANTE a descontar dos valores por ele devidos o montante das multas a ela aplicadas.

CLÁUSULA QUADRAGÉSIMA NONA - A suspensão temporária será aplicada quando ocorrer:

- a) apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- b) reincidência de execução insatisfatória dos serviços contratados;
- c) atraso, injustificado, na execução e/ou conclusão dos serviços, contrariando o disposto no contrato;
- d) reincidência na aplicação das penalidades de advertência ou multa;
- e) irregularidades que ensejem a rescisão contratual;
- f) condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

- g) prática de atos ilícitos visando prejudicar a execução deste contrato;
- h) prática de atos ilícitos que demonstrem não possuir idoneidade para contratar com o Banco do Brasil S.A.;
- i) inadimplemento, por parte da CONTRATADA, de obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas aos seus empregados;
- j) descumprimento das obrigações deste contrato, especialmente aquelas relativas às características dos serviços, previstas na **Cláusula Primeira**.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA - As penalidades estabelecidas na **Cláusula Quadragésima Sexta** não excluem quaisquer outras previstas em lei ou neste contrato. Fica assegurado ao CONTRATANTE o direito à reparação integral de eventual prejuízo que vier a sofrer em razão da inexecução total ou parcial ou execução ineficiente deste contrato.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA PRIMEIRA - Adicionalmente, a CONTRATADA declara ter ciência de que as disposições contidas na Lei nº 12.846/2013 e na Lei nº 9.613/1998 se aplicam ao presente contrato, conforme o disposto na **Cláusula Vigésima Sétima** deste contrato.

PROTEÇÃO DE DADOS - LGPD

DAS DEFINIÇÕES.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SEGUNDA – Os termos utilizados neste contrato apresentam os mesmos significados do art. 5º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Parágrafo Único – Sem prejuízo do previsto no *Caput* desta Cláusula, os demais termos e expressões abaixo, no singular ou plural, terão as definições estabelecidas a seguir:

- a) “Incidente”: qualquer acesso, aquisição, uso, modificação, divulgação, perda, destruição ou dano acidental, ilegal ou não autorizado de Dados Pessoais e Dados Pessoais Sensíveis;
- b) “Leis de Dados Aplicáveis”: qualquer legislação, federal, estadual, municipal ou local em vigor, ou que venha a entrar em vigor após a celebração do Contrato e que discipline o Tratamento de Dados Pessoais e se aplique a uma das Partes ou à sua participação no Contrato, incluindo, mas sem se limitar, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (“Marco Civil da Internet”), Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (“Código de Defesa do Consumidor”), Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (“Decreto do Comércio Eletrônico”), Lei Complementar nº 166, de 08 de abril de 2019 (“Lei do Cadastro Positivo”), Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (“Lei de Acesso à Informação”);
- c) “Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais” ou “LGPD”: Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, e que disciplina o Tratamento de Dados Pessoais;
- d) “Representantes”: conselheiros, diretores, administradores, consultores, empregados, contratados, e/ou prepostos de qualquer das Partes devidamente habilitados a representá-las, considerados individual ou coletivamente;
- e) “Terceiro Autorizado”: afiliadas, subcontratados, agentes autorizados e terceiros contratados ou que mantenham vínculo jurídico com uma ou ambas as Partes e/ou com os Intervenientes.

DA PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA TERCEIRA - A CONTRATADA declara conhecer e cumprir todas as leis vigentes envolvendo proteção de dados pessoais, em especial a Lei nº 13.709/2018 (“Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais”), comprometendo-se, assim, a limitar a utilização dos dados pessoais a que tiver acesso apenas para execução dos serviços deste

Contrato, abstendo-se de utilizá-los em proveito próprio ou alheio, para fins comerciais ou quaisquer outros.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA QUARTA - A CONTRATADA se compromete a respeitar as políticas e regras editadas ou que vierem a ser editadas pela CONTRATANTE no tocante ao armazenamento e tratamento de dados e informações, sem prejuízo do estrito respeito à Lei nº. 12.965 de 2014 (“Marco Civil da Internet”), Decreto nº. 8.771 de 2016 (“Regulamento do Marco Civil da Internet”), Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (“Código de Defesa do Consumidor”), Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (“Decreto do Comércio Eletrônico”), Lei Complementar nº 166, de 08 de abril de 2019 (“Lei do Cadastro Positivo”), Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (“Lei de Acesso à Informação”), bem como quaisquer outras leis relativas à proteção de dados pessoais que vierem a ser promulgadas ou entrarem em vigor no curso da vigência deste Contrato.

DO COMPARTILHAMENTO DE DADOS

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SEXTA - O CONTRATANTE compartilhará com a CONTRATADA apenas os dados pessoais estritamente necessários à execução dos serviços, a fim de possibilitar a execução do objeto contratual previsto na **Cláusula Primeira**.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA SÉTIMA - Após o compartilhamento pelo CONTRATANTE dos dados com a CONTRATADA, esta assumirá a função de OPERADORA e efetuará o tratamento tão somente para o atingimento das finalidades previstas neste Contrato e em conformidade com as Leis de Dados Aplicáveis e com as instruções apresentadas pelo CONTRATANTE, que terá a posição de CONTROLADOR.

CLÁUSULA QUINQUAGÉSIMA OITAVA - A transferência pelo CONTRATANTE à CONTRATADA dos Dados Pessoais compartilhados deve ser realizada utilizando mecanismos seguros previstos para a execução do Contrato.

CLÁUSULA QUIQUAGÉSIMA NONA - A CONTRATADA declara que os dados e informações que compõem a sua base própria de dados, caso utilizados para execução do presente contrato, tem origem a partir de informações obtidas junto aos seus clientes ou a partir de base de dados pública ou privada também de origem lícita.

DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA - As Partes comprometem-se a:

- (a) Tratar os Dados Pessoais, incluindo os Dados Sensíveis, apenas para fins lícitos, adotando as melhores posturas e práticas para preservar o direito à privacidade dos Titulares de Dados e dar cumprimento às regras e princípios previstos nas Leis de Proteção de Dados Aplicáveis;
- (b) abster-se de quaisquer ações ou omissões que possam resultar de alguma forma em violação das Legislações de Proteção de Dados Pessoais;
- (c) garantir que qualquer atividade realizada envolvendo o tratamento de Dados Pessoais, resultante do objeto do presente Contrato, e as medidas adotadas para a privacidade e segurança estejam em conformidade com as Legislações de Proteção de Dados Pessoais e sejam consistentes com a Política de Privacidade do Banco do Brasil (“Política de Privacidade”), conforme disposto em seu site bb.com.br/privacidade, a qual poderá ser atualizada a qualquer tempo visando conformidade com a legislação brasileira e internacional de proteção de dados pessoais;
- (d) não realizar qualquer Tratamento de Dados Pessoais, resultantes da execução do Contrato, sem enquadramento em uma das bases legais estipuladas no art. 7º e no art.11 da LGPD;
- (e) adotar medidas técnicas e organizacionais adequadas para garantir a segurança dos Dados Pessoais;

(f) assinar quaisquer documentos que possam ser exigidos ocasionalmente pela outra parte e comprovadamente necessários para implementar ou cumprir as obrigações de proteção de dados;

(g) Adotar todas as medidas razoavelmente necessárias para manter a conformidade com as Legislações de Proteção de Dados Pessoais;

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA PRIMEIRA - Se quaisquer alterações nas Leis de Proteção de Dados, regulamentos ou recomendações da Autoridade Nacional resultarem no descumprimento das Leis de Proteção de Dados Pessoais, em relação aos tratamentos de Dados Pessoais realizados sob este Contrato, as Partes deverão empenhar seus melhores esforços, de forma imediata, para reparar tal descumprimento.

DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA SEGUNDA – o Contratante se compromete a:

(a) Garantir que os Dados Pessoais serão coletados, tratados e transferidos nos termos das Leis de Proteção de Dados Pessoais;

(b) Empenhar esforços razoáveis para permitir que a CONTRATADA possa cumprir as obrigações resultantes deste Contrato; e

(c) Notificar a CONTRATADA sempre que houver atualização nas suas “Políticas de Governança”.

DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA TERCEIRA - A CONTRATADA se compromete a:

(a) Tratar os Dados Pessoais disponibilizados pelo Controlador em conformidade com as cláusulas do presente Contrato e as Leis de Proteção de Dados Pessoais, sendo certo que caso não possa cumprir estas obrigações por qualquer razão, concorda em informar imediatamente o Controlador desse fato, tendo neste caso o Controlador o direito de suspender o compartilhamento dos Dados Pessoais e/ou de rescindir o Contrato;

(b) Tratar os dados de acordo com as instruções periódicas, razoáveis e documentadas da CONTRATANTE;

(c) Indicar ao CONTRATANTE um setor profissional capacitado a responder às consultas relativas ao Tratamento de Dados Pessoais e cooperar de boa-fé, inclusive com os Titulares e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, em todas as eventuais consultas, no prazo legal;

(d) Informar o nome do encarregado para atuar como canal de comunicação entre a CONTRATADA, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD);

(e) Notificar imediatamente o CONTRATANTE e em prazo nunca superior a 24 (vinte e quatro) horas no que diz respeito a:

i. Qualquer intimação, pedido, requisição de cooperação judicial no que diz respeito a divulgação de Dados Pessoais;

ii. Qualquer solicitação ou reclamação realizada diretamente pela Autoridade Nacional de Proteção de dados, Organismos de Defesa ao Consumidor ou outros agentes legitimados;

(e) Fornecer assistência razoável à CONTRATANTE no cumprimento de qualquer solicitação de acesso do Titular dos Dados, e garantir o cumprimento de suas obrigações previstas na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais com relação à segurança, notificações de incidentes de Dados Pessoais, avaliações de impacto e consultas com autoridades ou órgãos de supervisão;

(f) Instituir e manter programa abrangente de governança e segurança, que deverá estabelecer, dentre outras medidas controles técnicos e administrativos apropriados para garantir a confidencialidade, integridade, disponibilidade dos referidos dados, regras de

organização, funcionamento, procedimento, obrigações para os agentes de tratamento, ações educativas, mecanismos internos de supervisão e de mitigação de riscos;

(g) Manter registros e informações completos e precisos para demonstrar sua conformidade com as obrigações assumidas no presente Contrato;

(h) Permitir ao CONTRATANTE, quando este entender necessário e for razoável, o acesso ao seu estabelecimento, aos seus sistemas eletrônicos, às informações, dados e documentos sob sua posse e que estejam relacionadas à execução deste contrato, permitindo, inclusive, a realização de auditoria em suas dependências, pelo CONTRATANTE, por meio de seus prepostos ou terceiros por este indicado, sem que haja necessidade de agendamento prévio, e/ou possibilitar o acesso do CONTRATANTE aos relatórios elaborados pela CONTRATADA ou por auditoria especializada realizada a pedido desta;

(i) não permitir ou facilitar o Tratamento de Dados Pessoais por terceiros para qualquer finalidade que não seja o cumprimento de suas respectivas obrigações contratuais;

(j) não transferir ou, de qualquer outra forma, compartilhar e/ou garantir acesso aos Dados Pessoais ou a quaisquer outras informações a terceiros sem prévia autorização e instruções do CONTRATANTE;

(k) garantir que seus empregados, representantes e prepostos agirão de acordo com a finalidade do Contrato, as leis de proteção de dados e as instruções transmitidas pelo CONTRATANTE;

(l) responsabilizar-se, irrestritamente, pela inviolabilidade ou má utilização das informações e dados recebidos do CONTRATANTE para execução do objeto deste Contrato e por quaisquer invasões, física ou lógica, realizadas por terceiros. Por má utilização entende-se o uso dos Dados Pessoais Compartilhados em desacordo com o previsto no Contrato, com finalidade diversa da estipulada pelo CONTRATANTE ou em desconformidade com a legislação de Proteção de Dados Aplicável;

Parágrafo Único - Em caso de dúvidas sobre o tratamento dos dados, a CONTRATADA deverá notificar o CONTRATANTE e aguardar as instruções.

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA QUARTA - Os serviços descritos neste Contrato não configuram, em hipótese alguma, o fornecimento de informações e dados pessoais de responsabilidade do CONTRATANTE à CONTRATADA com fim comercial, sendo certo que a CONTRATADA está expressamente proibida de compartilhar dados e informações com quaisquer terceiros que não sejam os prepostos e subcontratados destacados para executar as atividades deste Contrato, quando permitida a subcontratação.

DA TRANSFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DADOS PESSOAIS

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA QUINTA - A CONTRATADA não poderá transferir Dados Pessoais para fora do território nacional sem a aprovação prévia e por escrito do CONTRATANTE ou sem observar o previsto na Lei Geral de Proteção de Dados, em especial, os seus arts. 33 a 36, no que couber.

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA SEXTA – A CONTRATADA não poderá subcontratar o tratamento de Dados Pessoais transferidos para fora do território nacional sem a prévia aprovação, por escrito, do CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA SÉTIMA - Ao transferir os Dados Pessoais compartilhados no âmbito do presente Contrato para fora do território nacional, a CONTRATADA deverá respeitar a legislação vigente no País de destino.

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA OITAVA - A CONTRATADA deverá assegurar que seus Terceiros Autorizados localizados e/ou que prestem serviços no exterior estejam vinculados por obrigações contratuais que disponham sobre proteções equivalentes às previstas neste Contrato e nas Leis de Dados Aplicáveis caso tenham de acessar/tratar dados pessoais compartilhados no âmbito deste Contrato.

Parágrafo Primeiro - A CONTRATADA se compromete a não divulgar nem transferir os Dados Pessoais Compartilhados a Terceiros Autorizados estabelecidos em países que não possuam regime de proteção de Dados Pessoais compatível com os termos deste Contrato e das Leis de Dados aplicáveis.

Parágrafo Segundo - A CONTRATADA será exclusivamente responsável perante o CONTRATANTE em razão dos Tratamentos de Dados Pessoais realizados por seus Terceiros Autorizados no exterior e, quando for o caso, pelo ressarcimento dos danos causados ao CONTRATANTE por conduta atribuível a esses Terceiros Autorizados.

Parágrafo Terceiro - A CONTRATADA deverá ajustar a possibilidade de, quando entender necessário, auditar e fiscalizar o estabelecimento e os mecanismos de tratamento de dados dos Terceiros Autorizados localizados e/ou que prestem serviços no exterior, com previsão da possibilidade de o CONTRATANTE ter acesso aos relatórios elaborados por auditoria especializada às expensas da CONTRATADA.

CLÁUSULA SEXAGÉSIMA NONA - Se a CONTRATADA processar Dados Pessoais relativos a pessoas localizadas na UE ou em empresas com sede na UE, durante a vigência deste contrato, cumprirá com as regras da GDPR (General Data Protection Regulation).

DA SUBCONTRATAÇÃO

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA - A CONTRATADA não poderá subcontratar o tratamento de Dados Pessoais sem a prévia aprovação, por escrito, do CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA PRIMEIRA - A Contratada se compromete a formalizar junto aos Terceiros Autorizados que atuam em seu nome instrumento que os obrigue a realizar o Tratamento dos Dados Pessoais Compartilhados sob os mesmos critérios legais, de segurança e de confidencialidade estabelecidos para as Partes neste Contrato.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA SEGUNDA - Nos casos em que os subcontratados e prepostos que atuam em nome da CONTRATADA deixarem de cumprir ou não cumprirem adequadamente a obrigação de tratar corretamente os dados, a CONTRATADA será a exclusiva responsável pelo cumprimento das obrigações perante o CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA TERCEIRA - A eventual substituição de subcontratada ou preposto que atua em nome da CONTRATADA estará condicionada a assunção de todas as obrigações concernentes à proteção de dados previstas neste contrato pelo substituto e deve ser precedida de autorização do CONTRATANTE.

SEGURANÇA

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA QUARTA - A execução e a manutenção de medidas tecnológicas e físicas adotadas pela CONTRATADA, adequada ao risco decorrente do Tratamento e a natureza dos Dados Pessoais, deverão ser apropriadas e suficientes para proteger os Dados Pessoais compartilhados contra, inclusive, mas não se limitando a alteração, divulgação ou acesso não autorizado, notadamente quando o processo envolver a transmissão de dados através de uma rede de tecnologia/informática/internet e contra todas as outras formas de tratamento de dados ilícitas.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA QUINTA - A CONTRATADA implementará as medidas apropriadas para proteger os Dados Pessoais, em conformidade com as técnicas mais avançadas, adequadas às finalidades do tratamento e ao contexto de risco. As medidas de segurança da CONTRATADA atenderão as exigências das Leis de Dados Aplicáveis e da "Políticas de Privacidade" do CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA SEXTA - A CONTRATADA, sempre que for solicitado pelo CONTRATANTE, deverá fornecer por escrito documentação e relatório sobre as medidas de segurança e proteção dos dados implementadas para o Tratamento dos Dados compartilhados para fins de execução do objeto deste Contrato.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA SÉTIMA - A CONTRATADA é a única responsável pelo correto e seguro armazenamento dos Dados Pessoais compartilhados em seu sistema eletrônico bem

como pela utilização destes Dados por parte de Terceiros Autorizados, inclusive fora do território nacional, e única responsável por eventuais danos diretos e indiretos causados ao CONTRATANTE e/ ou terceiros, especialmente Titulares de Dados Pessoais vazados, alterados, indevidamente comunicados ou que de qualquer forma tenha sofrido tratamento inadequado ou ilícito.

DOS INCIDENTES DE SEGURANÇA

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA OITAVA – A CONTRATADA deverá elaborar/possuir um plano escrito e estruturado para casos de incidentes de segurança, que deverá conter, no mínimo, a notificação à CONTRATANTE de forma tempestiva e, a título exemplificativo, prever as etapas de identificação, erradicação, recuperação e mitigação das fragilidades, devendo a CONTRATADA apresentar o referido plano escrito, quando solicitado.

CLÁUSULA SEPTUAGÉSIMA NONA - A CONTRATADA deverá notificar o CONTRATANTE, por escrito, sobre a violação dos Dados Pessoais, em prazo não superior a 24 (vinte e quatro) horas, a contar do momento em que tomou ciência da violação. As informações incluirão:

- (i) descrição da natureza da violação dos Dados Pessoais, incluindo as categorias e o número aproximado de titulares de dados lesado, bem como as categorias e o número aproximado de registros de dados comprometidos;
- (ii) descrição das prováveis consequências ou das consequências já concretizadas da violação dos Dados Pessoais; e
- (iii) descrição das medidas adotadas ou propostas para reparar a violação dos Dados Pessoais, com a indicação de cronograma, para corrigir ou mitigar os possíveis efeitos adversos.

Parágrafo Único. Na hipótese de a CONTRATADA não dispor das informações relacionadas nos itens relacionados no caput desta Cláusula a notificação deverá ser enviada ao CONTRATANTE contendo todas as informações disponíveis ao momento do conhecimento do incidente. As informações complementares deverão ser enviadas imediatamente, tão logo disponíveis.

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA - A CONTRATADA arcará com todos os custos, incluindo indenizações e penalidades aplicadas ao CONTRATANTE e seus prepostos por eventuais danos que este venha a sofrer em decorrência do uso indevido dos dados pessoais por parte da CONTRATADA e/ou por seus Terceiros Autorizados, sempre que ficar comprovado que houve falha de segurança, descumprimento das regras da Lei Geral de Proteção de Dados, descumprimento de qualquer obrigação estabelecida neste contrato ou descumprimento das orientações do CONTRATANTE, sem prejuízo da aplicação das penalidades deste contrato.

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA PRIMEIRA – A CONTRATADA não poderá fazer qualquer anúncio, comunicado ou admissão pública sobre o Incidente que faça referência ao CONTRATANTE, aos Titulares, Clientes, ou Representantes sem o consentimento prévio e por escrito da CONTRATANTE.

TRATAMENTO DE DADOS DE REPRESENTANTES

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA SEGUNDA - As partes resguardam o direito de tratar os dados pessoais dos seus respectivos representantes conforme necessário para os fins de cumprimento do presente Contrato. Caso o representante demande seus direitos inerentes à proteção de dados pessoais, as partes assegurarão o pleno exercício destes nos termos da “LGPD”.

TÉRMINO DO TRATAMENTO DOS DADOS

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA TERCEIRA - O tratamento dos dados terminará com a rescisão ou fim da vigência deste Contrato ou mediante solicitação escrita do CONTRATANTE, o que ocorrer primeiro.

Parágrafo Primeiro – Quando do término do tratamento dos dados, a CONTRATADA:

(a) cessará e garantirá que seus Subcontratados cessem, imediatamente, todo e qualquer uso dos Dados Pessoais a partir da ocorrência dos termos de encerramento mencionados no caput, cabendo adotar as medidas solicitadas, a exemplo de destruição, devolução ou anonimização definitiva, utilizando, em cada caso, as medidas de segurança deste Contrato.

(b) se obrigará a, conforme determinado pelo Contratante, eliminar todas as informações a que teve acesso em decorrência dos serviços objeto deste Contrato de seus sistemas eletrônicos ou devolver qualquer documento que contenha referidos dados no seu conteúdo, no prazo de 10 (dez) dias úteis após a rescisão contratual. O armazenamento dos dados após a ocorrência dos termos de encerramento somente será permitido quando for necessário ao cumprimento de obrigações legais ou regulatórias.

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA QUARTA - A CONTRATADA se compromete a cooperar e a fornecer ao CONTRATANTE, no prazo por ele estabelecido, todas as informações relacionadas ao tratamento de Dados Pessoais que estiverem sob sua custódia e que sejam necessárias para responder às solicitações ou reclamações feitas com fundamento na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

DA CAPACITAÇÃO E TREINAMENTO

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA QUINTA - O representante do Contratado compromete-se a acessar o Portal do Fornecedor - Capacitação e Treinamentos (<https://fornecedor.bb.com.br#!/institucional/apresentacao>) para concluir, no mínimo, 03 (três) cursos e apresentar a respectiva declaração de conclusão no prazo máximo de 60 (sessenta dias), a partir da assinatura do contrato.

Parágrafo Primeiro – Caso o Representante tenha realizado cursos com temática similar, poderá ser apresentada evidência comprobatória (certificado, declaração ou documento equivalente), no mesmo prazo, sendo a carga horária mínima exigida de 05 (cinco) horas.

Parágrafo Segundo – O contratado compromete-se, ainda, a disseminar o conteúdo abordado entre seus colaboradores, caso existam, bem como apresentar comprovação de divulgação ao quadro funcional dos conteúdos, sempre que solicitado.

Parágrafo Terceiro – Caso os cursos propostos não sejam realizados no prazo previsto ou não for apresentada evidência de realização dos cursos similares no mesmo prazo, fica o Contratado sujeito às sanções previstas na **Cláusula Quadragésima Sexta**.

MATRIZ DE RISCOS

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA SEXTA – Tendo como premissa a obtenção do melhor custo contratual, mediante a alocação de riscos à parte com maior capacidade para geri-los e absorvê-los, o CONTRATANTE e a CONTRATADA identificam os riscos decorrentes desta relação e, sem prejuízo de outras previsões contratuais, estabelecem os respectivos responsáveis na Matriz constante do **Documento nº 3** deste contrato.

Parágrafo Único - É vedada a celebração de aditivos decorrentes de eventos supervenientes alocados, na matriz de riscos, como de responsabilidade da CONTRATADA.

DISPOSIÇÕES FINAIS

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA SÉTIMA - O canal único e exclusivo para o encaminhamento de questões relativas à execução dos serviços objeto deste contrato é a **DIMAC/Gerência de Contratos e, localizada no Setor Autarquias Norte (SAUN), Quadra 5, Lote B, Torre Central, 6º andar, Asa Norte, Brasília (DF), CEP 70.040-912.**

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA OITAVA - Fazem parte integrante deste contrato, independentemente de transcrição, todas as disposições constantes do Edital da licitação

referida no preâmbulo, e de seus anexos, bem como aquelas constantes das Propostas Técnica e de Preços apresentadas.

CLÁUSULA OCTOGÉSIMA NONA - Fica eleito o foro da Circunscrição Judiciária de Brasília, para dirimir as dúvidas oriundas do presente contrato, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por se acharem justas e contratadas, assinam as partes o presente instrumento.

DOCUMENTO Nº 1 DO ANEXO 11**SERVIÇOS DE APOIO À EXECUÇÃO CONTRATUAL****1. GERENCIAMENTO DE DADOS DE PESQUISAS**

- 1.1. As CONTRATADAS, em conjunto, deverão implementar e manter, sem custos adicionais ao CONTRATANTE, um banco de dados com os resultados das pesquisas realizadas para o CONTRATANTE, observadas as especificações dispostas no **Parágrafo Décimo da Cláusula Primeira** do contrato.
- 1.2. O plano de gestão de dados obedecerá ao disposto a seguir:
 - 1.2.1. O gerenciamento de dados deverá observar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, Lei nº 13.709/2018 e normas de ética em pesquisa regulamentadas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep).
 - 1.2.2. A escolha da solução será previamente referendada pelo CONTRATANTE e deverá levar em conta as ferramentas disponíveis no mercado e a possibilidade de integração com os sistemas internos de infraestrutura de *hardware* e *software* do CONTRATANTE, utilizando ferramenta analítica para centralizar, organizar, mapear e gerir dados interativos voltados para *Business Intelligence* (BI).
 - 1.2.3. A ferramenta de repositório deverá documentar os dados brutos de pesquisa em metadados, com a capacidade de armazenar, organizar, descrever e disseminar os dados de forma a garantir acesso às informações e de garantir a sua preservação.
 - 1.2.4. O banco de dados relacionado a cada pesquisa deverá ser compartilhado pelo instituto de pesquisa contratado, permitindo armazenar na ferramenta a descrição dos dados e metadados produzidos pelo projeto, tais como amostras, registros de coleta, formulários, modelos, respostas compiladas, vídeos, além de reunir todas as informações analisadas, com filtros de dados, tabelas dinâmicas e gráficos.

2. GERENCIAMENTO DA MEMÓRIA DA PROPAGANDA

- 2.1. Em conjunto, as CONTRATADAS deverão implementar e manter, sem custos adicionais, ferramenta de gestão, informação, acesso, arquivamento, disponibilização e catalogação de todas as peças e/ou materiais produzidos, por campanha publicitária, ao longo da vigência do contrato, em ambiente virtual seguro.
- 2.2. A implementação da ferramenta descrita no subitem anterior deverá observar as necessidades do CONTRATANTE, a serem repassadas às CONTRATADAS, oportunamente, no início da execução contratual.
- 2.3. O modelo de implementação da ferramenta de Gerenciamento da Memória da Propaganda deverá ser aprovado previamente pelo CONTRATANTE, com base nos requisitos de tecnologia e segurança do Banco do Brasil S.A., e poderá, a seu critério, ser incorporado aos sistemas corporativos do CONTRATANTE.
- 2.4. As CONTRATADAS poderão avaliar a conveniência de contratarem um fornecedor especializado para implementação e manutenção da ferramenta de Gerenciamento da Memória da Propaganda, o qual ficará sob sua supervisão, devendo providenciar os ajustes que o CONTRATANTE entender necessários, no decorrer de sua utilização.

3. GERENCIAMENTO DE DEMANDAS DE PRODUÇÃO

- 3.1. Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 30 (trinta) dias para apresentar e 90 (noventa) dias para implementar ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção, cujos custos de desenvolvimento, aquisição no mercado, implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.
- 3.2. A implementação da ferramenta descrita no subitem anterior deverá observar as necessidades do CONTRATANTE, a serem repassadas às CONTRATADAS, oportunamente, no início da execução contratual, sendo o detalhamento do modelo da ferramenta, assim como os campos e itens que a comporão, acordados entre as partes.
- 3.3. O modelo de implementação da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção deverá ser aprovado previamente pelo CONTRATANTE, com base nos requisitos de tecnologia e segurança do Banco do Brasil S.A., e poderá, a seu critério, ser incorporado aos sistemas corporativos do CONTRATANTE.
- ~~3.4.~~ A ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção deverá ser compatível com o Sistema Operacional Microsoft Windows 10 ou superior, e com o navegador Web Firefox 91.5 ou superior.
- 3.5. As CONTRATADAS poderão atuar conjuntamente com outros prestadores de serviços de comunicação (promoção, comunicação digital, assessoria corporativa, dentre outros) contratados pelo CONTRATANTE, com vistas à implementação de ferramenta unificada, cuja proposta de implementação e manutenção conjunta deverá ser aprovada pelo CONTRATANTE.
- 3.6. O desenvolvimento e manutenção da ferramenta deverá considerar os requisitos de tecnologia e segurança do CONTRATANTE, com vistas à sua possível incorporação aos seus sistemas corporativos.
- 3.7. A ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção tem o objetivo de gerenciar as etapas operacionais da produção de peças e/ou materiais publicitários, utilizando como referência os seguintes parâmetros:
 - a) Cadastramento dos fornecedores, contendo:
 - i. identificação (nome, CNPJ, entre outras);
 - ii. movimento mensal (financeiro);
 - iii. detalhamento das contratações, com quantidade e custo unitário negociado por item;
 - iv. histórico de negociações;
 - v. controle de pagamentos, informando as notas fiscais com descrição do número, data de emissão e vencimento, valor e objeto.
 - b) Controle de orçamento de produção, contendo:
 - i. controle **de** investimento por tipo (compras de material, produção de conteúdo, desenvolvimento de peças, contratação de serviços etc);
 - ii. emissão de relatórios mensais, semestrais e ao final de cada ano, relativos ao investimento, por tipo;
 - iii. controle de emissão e pagamentos de DOACs (Documento Operacional de Ações de Comunicação).
 - c) Gestão da produção:
 - i. entrada de demandas de campanhas e ações de comunicação, por meio de formulário de *briefing*;
 - ii. controle de trabalhos, cronograma das etapas do processo, convite e ata de reuniões, alerta de atrasos;

- iii. compartilhamento de arquivos digitais (imagem e áudio), em mão dupla entre CONTRATADAS e CONTRATANTE, sem limite de tamanho e formatos;
 - iv. envio de leiautes e roteiros para aprovação do CONTRATANTE, com a possibilidade de impostação de comentários, troca de informações e campo de autorização;
 - v. relatório semanal de acompanhamento do andamento dos trabalhos.
- 3.8. Após modelada a ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção, as CONTRATADAS deverão realizar treinamento para os usuários, tanto do CONTRATANTE como das próprias CONTRATADAS, de forma a possibilitar o uso adequado de sua utilização.
- 3.9. O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, utilizar ferramenta própria de gestão e controle de produção, comunicando a CONTRATADA, com antecedência de 30 (trinta) dias, para a adoção das medidas necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização.
- 3.10. O CONTRATANTE poderá acessar todos os dados da ferramenta, inclusive fazer *download* e solicitar a emissão de relatórios por ela disponibilizados.
- 3.11. Eventual necessidade de prorrogação de qualquer dos prazos constantes deste item, deve ser submetida ao CONTRATANTE, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias anteriores ao seu vencimento, mediante justificativa da CONTRATADA que, caso aceita pelo CONTRATANTE, possibilitará a negociação do novo prazo entre as partes.
- 3.12. A CONTRATADA se obriga a disponibilizar ao CONTRATANTE, diariamente, cópia dos respectivos arquivos integrantes da base de dados da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção, em formato CSV, para uso em ferramenta de mineração de dados.
- 3.13. A CONTRATADA se obriga a manter, com periodicidade diária, cópia de segurança da base de dados da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção, assim como de todas as informações transacionadas pela ferramenta.
- 3.14. A CONTRATADA deverá providenciar a hospedagem da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção em ambiente seguro e, caso ocorra indisponibilidade, a CONTRATADA se compromete a manter a prestação dos serviços, ainda que em outros sistemas, se necessário.
- 3.15. As CONTRATADAS poderão avaliar a conveniência de contratarem um fornecedor especializado para implementação e manutenção da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção, o qual ficará sob sua supervisão, devendo providenciar os ajustes que o CONTRATANTE entender necessários, no decorrer de sua utilização.

NÚCLEO OPERACIONAL VINCULADO À EXECUÇÃO CONTRATUAL

1. NÚCLEO DE ESTRATÉGIA, ANÁLISE E INFORMAÇÕES DE MÍDIA – NMBB

- 1.1. As CONTRATADAS deverão, em conjunto, manter, em Brasília (DF), sem custos adicionais, o Núcleo de Estratégia, Análise e Informações de Mídia - NMBB, entidade sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.

FUNÇÃO

- 1.2. O NMBB terá como função assessorar o CONTRATANTE e as CONTRATADAS na implementação dos esforços e das estratégias de comunicação publicitária, no que diz respeito ao planejamento, pesquisa, análise, autorização, execução, acompanhamento, monitoramento, segurança da marca e controle de resultados de ações publicitárias, bem

como na realização de atividades de operação relacionadas à execução publicitária do CONTRATANTE, que requeiram sua interveniência.

SUBFUNÇÕES

1.3. O NMBB terá como subfunções as atividades abaixo descritas:

1.3.1. Planejamento: que consiste no planejamento contínuo das ações de mídia a partir de critérios técnicos, resultados de campanhas e acompanhamento de mudanças dinâmicas do mercado financeiro e publicitário, contemplando:

- a) Macroplanejamento de Mídia: consolidação e análise das informações de mídia das ações publicitárias do ano vigente, para estabelecimento de parâmetros e diretrizes da execução de mídia do próximo exercício;
- b) Estratégias de Performance: assessoria na operação do processo de *performance* em ações publicitárias em ambiente *on-line* e *off-line*;

1.3.2. Operação: que envolve serviços que compõem a rotina operacional do NMBB; conferência e validação dos documentos produzidos pelas CONTRATADAS, além de manutenção e implementação de acompanhamento da execução de mídia em campanhas publicitárias, contemplando:

- a) Planos de Mídia: conferência da exatidão das informações dos planos de mídia (preços de tabela, descontos, utilização de acordos, qualificação da pessoa jurídica do veículo, conformidade cadastral etc.), bem como verificação da implementação nas plataformas digitais, de acordo com os planos aprovados pelo CONTRATANTE. Análise da adequação das proposições táticas dos planos de mídia, em face da estratégia defendida pela CONTRATADA, antes de seu encaminhamento para aprovação do CONTRATANTE e demais órgãos intervenientes;
- b) Sistemas Transacionais: validação de informações dos planos de mídia e documentos operacionais de ações de comunicação - DOAC, previamente à sua inserção em sistemas como Portal de Mídia, Sistema Integrado de Autorização de Comunicação – SIAC, Mídiaweb, dentre outros;
- c) Tagueamentos: assessoramento na criação, desenvolvimento de processos e implementação de fluxos de dados usados em campanhas publicitárias no ambiente *on-line*;
- d) Propostas Comerciais: levantamento e valoração de informações quantitativas e qualitativas, a partir de bases históricas próprias e informações de mercado publicitário, para subsidiar o processo de análise e avaliação.
- e) Novas Tecnologias: estudo e assessoria na implementação e operacionalização de novas ferramentas relacionadas à execução publicitária (*Demand Side Platform* - DSP, *Data Management Platform* - DMP, *Mobile Management Platform* - MMP, *Customer Relationship Management* - CRM, ferramentas de atribuição de mídia etc.)

1.3.3. Segurança da Marca e Monitoramento: avaliação e validação de configuração das plataformas digitais de comunicação, previamente à veiculação das ações publicitárias. Atualização e padronização de procedimentos, contemplando:

- a) Segurança da Marca: acompanhamento e monitoramento da configuração e da veiculação das ações publicitárias no ambiente *on-line*, em conjunto com as CONTRATADAS, seguindo as políticas, as diretrizes e os procedimentos de *Brand Safety* estabelecidos pelo CONTRATANTE.
- b) Segurança de Marca: realização de estudos com dados de mercado e internos, em conjunto com as CONTRATADAS, voltados para apuração e comparação da qualidade das entregas, face aos parâmetros de desempenho estabelecidos pelo CONTRATANTE.

- 1.3.4. Inteligência na análise de mídia: avaliação de dados e de relatórios produzidos das ações de mídia, com aplicação antes, durante e depois da execução dos planos de mídia; incluindo análise externa, a partir de pesquisas de mercado, da concorrência, da indústria de mídia etc, contemplando:
- a) Avaliação de Campanhas: estudos de atribuição de mídia e avaliação de *performance* de campanhas, incluindo análise de dados de campanhas transacionais e dados negociais, entre outros. Utilização **dos** dados de *performance* de campanhas realizadas de maneira a auxiliar a formulação de *briefings* e demandas publicitárias futuras.
 - b) Performance: acompanhamento e monitoramento, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, o desempenho dos indicadores de *performance* das ações publicitárias no ambiente *on-line*, bem como a qualidade dos sinais (eventos, metas, conversões etc.).
 - c) Planos de Mídia: análise das defesas e critérios técnicos de planejamento e programação de veículos, contidos nas estratégias e táticas de mídia propostas pelas CONTRATADAS, a partir dos objetivos e diretrizes de comunicação estabelecidos para ação publicitária, solicitando ajustes, caso necessário.
 - d) Planos de Mídia: acompanhamento, em conjunto com as CONTRATADAS, das veiculações programadas nos planos de mídia, verificando o desempenho dos espaços publicitários comprados e sugerindo alterações para a otimização e maior eficiência dos indicadores de desempenho estabelecidos.
 - e) Propriedades Digitais do CONTRATANTE: acompanhamento e assessoria, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, a manutenção da qualidade de navegação, usabilidade e fluxo de dados das propriedades digitais do CONTRATANTE utilizadas nas estratégias de campanhas publicitárias.
 - f) Propostas Comerciais: análise e manifestação quanto à adequação e vantajosidade de propostas e projetos comerciais de compra de espaço publicitário, face aos objetivos de comunicação do Planejamento Anual e diretrizes do Macroplanejamento de Mídia do CONTRATANTE, a partir das informações geradas no processo de valoração de propostas e projetos para subsidiar a decisão do CONTRATANTE.
 - g) Estudos de Mídia: estudos de boas práticas do mercado publicitário, com foco em mídia, segurança de dados, atribuição, audiências, formatos inovadores, novas tecnologias e metodologias relacionadas ao planejamento e execução de mídia, entre outros.
- 1.3.5. Controle: coletar, armazenar e disponibilizar informações técnicas e relevantes para o andamento das ações de mídia, em ambiente *on-line* e/ou *off-line*, visando garantir a melhor execução e andamento das ações publicitárias. Com base nessas informações, produzir relatórios regulares e/ou sob demanda, contemplando:
- a. Bancos de Dados: gestão, tratamento e manutenção de banco de dados relacionados à execução publicitária do CONTRATANTE, para subsidiar o processo de análise e avaliação;
 - b. Informações Gerenciais: geração, consolidação e/ou compilação de dados e relatórios de avaliação de execução de campanhas publicitárias, para subsidiar o processo de análise e avaliação;
 - c. Armazenamento de dados: gestão do armazenamento de dados históricos de execução publicitária, para consulta e manutenção de cópias de segurança;
 - d. Avaliação de Campanhas: validação e/ou geração das informações de resultado de campanhas, a partir de informações sobre os objetivos de comunicação, métricas e resultados esperados, além do uso de dados de ferramentas de pesquisa e aferição de mídia para os diversos meios programados;

- e. Segurança de Marca: apuração, reporte e tratamento, em conjunto com as CONTRATADAS, das ocorrências de risco de imagem/reputação em ações publicitárias no ambiente *on-line* e *off-line*; e
- f. Gestão de Audiências: configuração, organização, tratamento e manutenção de listas de audiências, relacionadas a ações publicitárias no ambiente *on-line*.

NORMAS DE FUNCIONAMENTO

1.4. O NMBB terá as seguintes normas de funcionamento:

- 1.4.1. O NMBB funcionará sob as orientações técnicas do CONTRATANTE, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre as CONTRATADAS e o CONTRATANTE.
- 1.4.2. O NMBB deverá funcionar durante todo o período da vigência dos contratos entre o CONTRATANTE e as CONTRATADAS.
- 1.4.3. O NMBB não poderá deflagrar nenhum ato ou ação, sem a prévia autorização do CONTRATANTE, exceto aqueles que já compõem sua rotina de procedimentos operacionais.
- 1.4.4. A programação de mídia, bem como qualquer comprometimento que envolva despesa ou investimento (Acordos de Mídia) em nome do CONTRATANTE, será previamente a ele submetida, para sua aprovação.
- 1.4.5. O desempenho dos serviços prestados pelo NMBB será periodicamente avaliado pelo CONTRATANTE. No caso de eventual desvio em suas atribuições, as correções serão feitas em comum acordo com as CONTRATADAS.
- 1.4.6. O quantitativo e qualificação do quadro de profissionais do NMBB deve estar adequado ao nível de complexidade da execução da mídia *on-line* e *off-line*, ao volume de demandas e à qualidade dos entregáveis relacionados à execução publicitária do CONTRATANTE.
- 1.4.7. O NMBB terá sua composição referenciada nos perfis de seus profissionais, sendo os ajustes nessa composição promovidos por meio de acordo entre o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, a partir da prévia especificação de qualificação, competências técnicas e experiências.

ORGANIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

1.5. O NMBB observará a seguinte organização administrativa:

- 1.5.1. O NMBB deverá ter infraestrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas CONTRATADAS, com prévia aprovação do CONTRATANTE.
- 1.5.2. Os encargos decorrentes da montagem e do funcionamento do NMBB serão assumidos pelas CONTRATADAS, não cabendo qualquer repasse ao CONTRATANTE.
- 1.5.3. O CONTRATANTE, a seu critério, poderá ceder espaço, em regime de comodato e/ou equiparado, para instalação do NMBB nas dependências do Banco do Brasil.
- 1.5.4. A exceção do Diretor do NMBB e dos Gerentes de áreas, que também atuarão como prepostos/representantes das CONTRATADAS junto ao CONTRATANTE, os demais profissionais do NMBB poderão atuar de forma remota, desde que não haja prejuízo ao adequado andamento de suas atividades e à qualidade de seus entregáveis.

QUADRO DE PROFISSIONAIS

- 1.5.5. O NMBB será dirigido por profissional qualificado, com comprovada experiência de mercado, designado exclusivamente para essa função. O NMBB contará com, no mínimo, o quadro de profissionais descrito a seguir:

- a) 1 (um) Diretor de Geral: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 6 (seis) anos, em planejamento e execução de mídia (*on-line* e *off-line*);
- b) 3 (três) Gerentes de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia, com foco em planejamento de mídia, e/ou operação, e/ou segurança de marca e/ou inteligência de dados.
- c) 1 (um) Gerente de Inteligência de Dados (*Business Intelligence*): com experiência em estatística, análise de dados, programação de base de dados e otimização de campanhas na internet, de no mínimo 5 (cinco) anos.
- d) 1 (um) Supervisor de Mídia *off-line*: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia *off-line*;
- e) 1 (um) Supervisor de Planejamento de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, no planejamento de mídia (*on-line off-line*);
- f) 1 (um) Supervisor de Mídia *on-line*: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia *on-line*;
- g) 1 (um) Supervisor de Segurança da Marca: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia e/ou *BrandSafety*;
- h) 1 (um) Supervisor de Inteligência de Dados e Estratégia de Mídia (*Business Intelligence*): possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, em desenvolvimento e gestão de modelos de dados e integração de ferramentas do ecossistema de mídia.
- i) 1 (um) Supervisor de Inteligência de Dados e Estratégia de Negócios (*Business Intelligence*): possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia com foco em estratégias de comunicação, modelos de dados, gestão e modelagem de audiências proprietárias e de terceiros e avaliação de performance de campanhas e de negócio.
- j) 2 (dois) Coordenadores de Mídia *off-line*: possuir experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia *off-line*;
- k) 1 (um) Coordenador de Planejamento de Mídia: ter experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em atividades de planejamento de mídia (*on-line* e *off-line*);
- l) 1 (um) Coordenador de Mídia *on-line*: possuir experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia *on-line*;
- m) 1 (um) Coordenador de Segurança da Marca: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia e/ou *BrandSafety*;
- n) 1 (um) Coordenador de Inteligência de Dados e Estratégia de Mídia: possuir experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia com foco em estratégias de comunicação, suporte a criação de modelos de dados, acompanhamento de gestão e modelagem de audiências proprietárias e de terceiros e avaliação de performance de campanhas e de negócio.
- o) 1 (um) Coordenador de Inteligência de Dados e Estratégia de Negócio: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia com foco no suporte de estratégias de comunicação, modelos de dados, gestão e acompanhamento de modelagem de audiências em dados proprietárias e de terceiros e avaliação de performance de campanhas e de negócio.

- p) 4 (quatro) Assistentes/Analistas de Mídia: ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atividades de operação de mídia (*on-line* e *off-line*);
- q) 2 (dois) Assistente/Analista de Planejamento de Mídia: ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atividades de planejamento de mídia (*on-line* e *off-line*).
- r) 3 (três) Assistentes/Analistas de Mídia *on-line*: ter experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, na execução de mídia *on-line*;
- s) 4 (quatro) Analistas de Dados: com experiência em análise de dados e otimização de campanhas na internet de no mínimo 1 (um) ano.

1.5.6. Em comum acordo com o CONTRATANTE, esses profissionais poderão atuar de forma remota, desde que não haja comprometimento da tempestividade e qualidade das entregas dos serviços, observadas as exceções previstas no **subitem 1.5.4**.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

- 1.6. As CONTRATADAS deverão fornecer todos os recursos necessários para a operação do NMBB, destacadamente:
- a) notebooks com *performance* compatível para os serviços, periféricos, monitores e itens de escritório conforme a demanda. Incluindo a estrutura necessária para a realização do trabalho de forma remota pelos funcionários;
 - b) suporte TI e pontos de acesso à internet em todas as dependências de trabalho;
 - c) serviços de e-mail em domínio específico para o NMBB, definido em acordo com o CONTRATANTE;
 - d) ferramentas de trabalho em nuvem, incluindo edição simultânea de textos, planilhas, slides e armazenamento;
 - e) acesso à ferramenta de computação em nuvem, com infraestrutura compatível com o ecossistema de TI utilizado pelo CONTRATANTE, para *backup* de dados, programação de máquinas virtuais, processamento de *scripts* de monitoramento e de análise de dados em larga escala e demais processos;
 - f) *supermetrics*, em módulos mínimos que incluam *Google Sheets/Microsoft Excel* e, sob demanda, *Google Big Query* e *Megalista*; incluindo todos os conectores de serviços de mídia e *analytics* utilizados e/ou com previsão de utilização nas estratégias de mídia do CONTRATANTE;
 - g) acesso a ferramenta de visualização de dados e construção de *dashboards*, compatível com a infraestrutura do ecossistema de TI utilizado pelo CONTRATANTE e com funções de compartilhamento em nuvem;
 - h) acesso às ferramentas específicas para meios de mídia: *Instar Analytics*, *Instar Planning*, *Easymedia*, *Instar Rádio*, *Mapa OOH*, *Geofusion*, *IVC*, entre outras;
 - i) ferramentas para análises multimeios: *Target Group Index*, *Monitor Evolution*, *Commspoint Journey*; e
 - j) ferramenta para mensuração de audiência em ambiente *on-line* – *Comscore*.
- 1.7. As CONTRATADAS deverão, ainda, garantir o funcionamento, a manutenção e a evolução do Portal de Mídia do CONTRATANTE, ferramenta que está inserida no processo de autorização de compra de espaços publicitários do CONTRATANTE, registrando planos de mídia, verificando e compilando informações, com funcionalidade de gerar relatórios gerenciais automatizados.
- 1.8. As CONTRATADAS também deverão providenciar, sob demanda do CONTRATANTE, os recursos necessários para a capacitação dos funcionários do NMBB, abrangendo

treinamentos, deslocamentos para eventos ou formações que contribuam para qualificação do desempenho de suas funções.

- 1.9. Os demais recursos humanos e materiais necessários ao funcionamento do NMBB, não descritos acima, serão discutidos oportunamente, em comum acordo com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS.
- 1.10. As CONTRATADAS deverão apresentar planejamento de reestruturação, organização administrativa, atualização de infraestrutura tecnológica, distribuição de responsabilidades, disponibilização de ferramentas, bem como organograma de implementação do NMBB, em até 15 (quinze) dias corridos após a assinatura do contrato, ressalvado que seu pleno funcionamento deverá ocorrer em até 30 (trinta) dias corridos após a assinatura do contrato.
- 1.11. Até que a nova estrutura do NMBB seja implementada, observados os prazos estabelecidos no subitem anterior, as CONTRATADAS deverão dar continuidade às operações do NMBB com a estrutura e organização administrativa existentes, desde o momento da assinatura do contrato.
- 1.12. Passados os primeiros 15 (quinze) dias de planejamento previstos no subitem 1.10, as CONTRATADAS terão mais 60 (sessenta) dias para apresentar escopo e cronograma de evolução da ferramenta tecnológica de controle de verba de mídia (Portal de Mídia), cujos custos de manutenção e evolução deverão ser por elas arcados. No processo de evolução, deverão ser aplicadas tecnologias, estrutura de banco de dados e linguagens de programação compatíveis com os requisitos de tecnologia e segurança do CONTRATANTE, com vistas à sua possível incorporação aos sistemas corporativos do CONTRATANTE.
- 1.13. A ferramenta tecnológica de controle de verba de mídia (Portal de Mídia) de que trata o subitem anterior será operacionalizada pelo NMBB e pelas CONTRATADAS, com acesso do CONTRATANTE, e deverá gerenciar e controlar todas as etapas do planejamento e execução de mídia, utilizando como referência os seguintes parâmetros:
 - a) cadastramento dos contratos/acordos firmados com veículos;
 - b) controle de verbas autorizadas pelo CONTRATANTE, em separado, no decorrer do contrato;
 - c) controle de inserções; e
 - d) emissão de relatórios gerenciais, por campanha e/ou projetos especiais.
- 1.14. O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, utilizar ferramenta própria de gestão e controle de mídia, comunicando a CONTRATADA com antecedência de 30 (trinta) dias para a adoção das medidas necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização.
- 1.15. O CONTRATANTE poderá acessar todos os dados da ferramenta, inclusive fazer *download* e solicitar a emissão de relatórios por ele disponibilizados;
- 1.16. As CONTRATADAS deverão realizar treinamento para os usuários, tanto do CONTRATANTE como das próprias CONTRATADAS, de forma a possibilitar o uso adequado da ferramenta, de sua utilização.
- 1.17. Eventual necessidade de prorrogação de qualquer um dos prazos constantes dos subitens 1.10 e 1.12, deverá ser submetida ao CONTRATANTE, com indicação de novo prazo, observada a antecedência mínima de 15 (quinze) dias anteriores a seu vencimento, mediante justificativa da CONTRATADA que, caso aceita pelo CONTRATANTE, possibilitará a negociação do novo prazo entre as partes.

CRONOGRAMA

- 1.18. As CONTRATADAS deverão observar o seguinte cronograma:
 - a) no prazo de 15 (quinze) dias corridos, após assinatura do contrato: apresentar planejamento de reestruturação, organização administrativa, atualização de

infraestrutura, distribuição de responsabilidades, bem como organograma de implementação do NMBB;

- b) no prazo de 15 (quinze) dias corridos, após assinatura do contrato: iniciar pleno funcionamento do NMBB; e
- c) no prazo de 75 (setenta e cinco) dias corridos, após assinatura do contrato: apresentar escopo e cronograma de manutenção e evolução de ferramenta tecnológica de controle de verba de mídia (Portal de Mídia).

REFERENCIAIS DE PERFIS E ATRIBUIÇÕES DOS PROFISSIONAIS DO NMBB

1.19. Diretor Geral: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 6 (seis) anos, em planejamento e execução de mídia, observadas as seguintes atribuições:

- a) zelar pelo bom andamento dos processos de compra de mídia do Banco do Brasil, gerenciando equipe de analistas de negócios, operação, inteligência e mídia que administram bancos de dados, analisam estratégias, acompanham execução de mídia, atribuem resultados e organizam toda a informação de mídia do Banco do Brasil;
- b) ter conhecimento de mídia *on-line* e *off-line*, saiba fazer uma boa relação com os parceiros do CONTRATANTE, como as CONTRATADAS licitadas, veículos e empresas de tecnologia, além de entender sobre o mercado financeiro conectando os esforços de comunicação aos objetivos negociais do CONTRATANTE;
- c) responder diretamente a equipe do CONTRATANTE, fornecendo relatórios com análises de resultados de mídia e comportamento de *performance*, realizando planejamento anual, colaborando com equipe multidisciplinares, de produtos, negócios, engenharia e comunicação para resolver os problemas e entender o comportamento do consumidor na jornada de conversão;
- d) ser responsável pela manutenção do protocolo de atuação em relação a *Brand Safety* e *Brand Suitability* para proteção da marca do CONTRATANTE e projetos de integração de dados internos com externos para mensuração dos resultados; e
- e) atuar como preposto do contrato junto ao CONTRATANTE, nos assuntos de sua competência no NMBB.

1.20. Gerentes de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia.

- 1.20.1. Gerente de Mídia Off-line: atuar nas funções de análise, avaliação, monitoramento e controle de ações publicitárias nos meios *off-line*; contribuir com dados e análises para a construção de Planejamentos Anuais de Mídia; analisar e avaliar as estratégias de campanhas publicitárias, propostas pelas CONTRATADAS para o CONTRATANTE; realizar estudos de boas práticas de mercado, em conjunto com as CONTRATADAS, visando a segurança da marca e a atualização das ações publicitárias do CONTRATANTE; acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, as veiculações programadas em mídia, verificando a adequação da execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia; gestão, armazenamento, tratamento e manutenção de informações gerenciais resultantes das execuções publicitárias, com destaque para banco de dados - e documentos derivados - criando e mantendo informações relevantes e estratégicas para subsidiar novas execuções e os processos de análise e de avaliação; validação de resultados de campanhas, sob a ótica dos objetivos planejados para a comunicação, balizada por métricas e resultados esperados; gestão de equipe. Interlocução junto às CONTRATADAS, veículos de comunicação; e atuar como preposto do contrato junto ao CONTRATANTE, nos assuntos de sua competência no NMBB.

- 1.20.2. Gerente de Mídia On-line: atuar nas funções de análise, avaliação, monitoramento e controle das ações publicitárias do CONTRATANTE no meio *on-line*; contribuir com dados e análises para a construção do Planejamento Anual de Mídia; analisar e avaliar as estratégias de campanhas propostas pelas CONTRATADAS para o CONTRATANTE; realizar estudos de boas práticas de mercado, em conjunto com as CONTRATADAS, visando a segurança da marca e a atualização das ações publicitárias do CONTRATANTE; acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, as veiculações programadas em mídia, verificando a adequação da execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia; gestão, armazenamento, tratamento e manutenção de Informações Gerenciais resultantes das execuções publicitárias, com destaque ao Banco de Dados de Métricas e Mídia - e documentos derivados - criando e mantendo informações relevantes e estratégicas para subsidiar novas execuções e os processos de análise e de avaliação; validação de resultados de campanhas, sob a ótica dos objetivos planejados para a comunicação, balizada por métricas e resultados esperados; gestão de equipe. Interlocução junto às CONTRATADAS, veículos de comunicação; e atuar como preposto do contrato junto ao CONTRATANTE, nos assuntos de sua competência no NMBB.
- 1.20.3. Gerente de Planejamento de Mídia: atuar nas funções de análise e avaliação, com foco na gestão das informações sensíveis e estratégicas das ações publicitárias presentes no Planejamento Anual de Mídia - anteriores e vigentes - e auxiliar o CONTRATANTE no estabelecimento de parâmetros e diretrizes de execução de mídia para ações subsequentes e exercícios posteriores; consolidar dados de atribuição de mídia e avaliação de performance de campanhas, incluindo análise de dados de campanhas transacionais e dados negociais; aprimorar dados de *performance* de campanhas passadas de maneira a auxiliar a formulação de *briefings* e demandas publicitárias futuras; auxiliar na análise das defesas contidas na estratégia proposta pela CONTRATADA, a partir dos objetivos e diretrizes de comunicação estabelecidos para ação publicitária; auxiliar na análise de propostas enviadas por veículos de comunicação, além de propor alternativas e buscar oportunidades de projetos; elaborar estudos de boas práticas de mercado publicitário, com foco em mídia, segurança de dados e tecnologias relacionadas, em conjunto com outros Gerentes do NMBB; e atuar como preposto do contrato junto ao CONTRATANTE, nos assuntos de sua competência.
- 1.21. Gerente de Inteligência e Estratégia (*Business Intelligence*): possuir graduação superior e experiência, de no mínimo 5 (cinco) anos, em análise de dados e otimização de campanhas na internet, observadas as seguintes atribuições:
- a) atuar nas funções de análise, avaliação, monitoramento e controle das ações publicitárias do CONTRATANTE nos meios *on-line* e *off-line*. Contribuir com dados e análises para a construção do Planejamento Anual de Mídia, em especial na construção de modelos e processamento de dados disponíveis no ecossistema de mídia e de negócio do CONTRATANTE;
 - b) analisar e avaliar as estratégias de dados utilizadas em campanhas das CONTRATADAS. Coordenar estudos sobre geração, coleta, integração e gestão de dados de publicidade e de modelos e ferramentas de interesse do CONTRATANTE para os processos de comunicação;
 - c) desenvolver e gerenciar algoritmos de monitoramento dos processos relativos à publicidade do CONTRATANTE, que incluem o acompanhamento da integração e qualidade dos sinais utilizados em campanhas; o acompanhamento, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, das veiculações programadas em mídia, verificando e alertando sobre a correta execução e qualidade dos espaços publicitários utilizados, em especial visando a garantir a adequação e segurança de Marca do CONTRATANTE;

- d) gestão, armazenamento, tratamento e manutenção de informações gerenciais resultantes das execuções publicitárias, com destaque ao Banco de Dados de Métricas e Mídia - e documentos derivados - criando e mantendo fluxos de dados para abastecê-los com informações relevantes e estratégicas para subsidiar novas execuções e os processos de análise e avaliação;
 - e) coordenar e executar, em conjunto com o CONTRATANTE, a aplicação de estudos para a avaliação de resultados negociais, incluindo especialmente processos que contribuam para estudos de atribuição de resultados, utilizando e desenvolvendo métodos quantitativos próprios ou modelos de mercado;
 - f) fazer interlocução junto às CONTRATADAS e veículos/plataformas de comunicação, e interlocução/representação junto a representantes de ferramentas e serviços de tecnologia que atendam ou pretendam atender o CONTRATANTE. Gestão de equipe; e
 - g) atuar como preposto do contrato junto ao CONTRATANTE, incluindo áreas de tecnologia e canais digitais, nos assuntos de sua competência.
- 1.22. Supervisores de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia.
- 1.22.1. Supervisor de Mídia Off-line - Funções Operação / Controle: Definir, implementar e acompanhar processos que mantenham a correta execução das ações publicitárias do Banco e o bom funcionamento do próprio NMBB. Responsável pelo desenvolvimento da valoração de propostas de mídia apresentadas por veículos. Analisar e avaliar, com base em valoração, propostas de mídia apresentadas por veículos. Acompanhar a evolução das propostas até a decisão de implementação do Banco, procedendo o acompanhamento de acordos, controle de saldos e utilização etc. Coleta, geração, gestão, armazenamento, tratamento e manutenção de informações gerenciais resultantes das execuções publicitárias, com destaque ao Banco de Dados - e documentos derivados - criando e mantendo informações relevantes e estratégicas para subsidiar novas execuções e os processos de análise e de avaliação. Interlocução junto às Agências e veículos de comunicação. Suporte ao Gerente e supervisão de Coordenadores e Assistentes. Utilizar ferramentas de mídia para extração de dados.
 - 1.22.2. Supervisor de Mídia On-line: Analisar e avaliar as estratégias de campanhas propostas pelas Agências ao Banco. Subsidiar as avaliações de resultados de campanhas, sob a ótica dos objetivos planejados para a comunicação, balizada por métricas e resultados esperados. Gestão dos processos de Metas de Mídia, ao receber, verificar, armazenar e compartilhar as informações das campanhas que auxiliem no correto andamento das execuções.
 - 1.22.3. Supervisor de Mídia Planejamento: Analisar e avaliar as estratégias de campanhas propostas pelas CONTRATADAS ao CONTRATANTE. Acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, as veiculações programadas em mídia, verificando a adequação, a correta execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia. Subsidiar as avaliações de resultados de campanhas, sob a ótica dos objetivos planejados para a comunicação, balizada por métricas e resultados esperados. Realizar estudos de boas práticas de mercado, em conjunto com as CONTRATADAS, visando a segurança da marca e a correta execução das ações de comunicação do CONTRATANTE. Acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, o andamento das ações publicitárias em relação aos objetivos definidos em Planejamento Anual de Mídia. Gestão dos processos de Metas de Mídia, ao receber, verificar, armazenar e compartilhar as informações das campanhas que auxiliem no correto andamento das execuções de mídia.

Fomentar dados de pesquisa para o Núcleo de Mídia, provenientes das ferramentas de pesquisa de mídia, organizando e compilando os dados que subsidiam as análises e avaliações de campanhas e que complementam as avaliações e valorações de propostas. Realizar pesquisas diversificadas e comparativos para complemento da avaliação e propostas comerciais. Gestão das Pesquisas Regulares e documentos derivados. Utilizar ferramentas de mídia para extração de dados.

- 1.22.4. Supervisor de Segurança de Marca: Monitorar e avaliar, pré-veiculação e durante, a partir dos dados de veiculação e os impactos das estratégias de campanhas das Agências propostas para o Banco. Acompanhar, em conjunto com o banco e as Agências, os resultados das veiculações programadas em mídia, verificando a adequação, a correta execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia e demais impactos que as ações de comunicação foram responsáveis, como em tráfego, negócios e público.
- 1.23. Supervisores de Inteligência e Estratégia (Business Intelligence): possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução e análise de dados.
- 1.23.1. Supervisor de Inteligência de Dados - Negócios: Monitorar e avaliar os fluxos de dados necessários para a execução dos processos de publicidade, em especial dados provenientes das propriedades digitais do CONTRATANTE. Avaliar, em conjunto com a equipe de BI, as estratégias de campanha e operação de dados apresentadas pelas CONTRATADAS. Desenvolver, implantar e gerenciar algoritmos e processos de monitoramento e alerta de qualidade de sinais relevantes para a operação de comunicação do CONTRATANTE. Acompanhar a execução das campanhas e processos para a garantia da segurança de marca do CONTRATANTE. Coordenar a correta implementação e utilização, por parte de CONTRATADAS e do CONTRATANTE, das ferramentas e plataformas utilizadas no ecossistema da publicidade do CONTRATANTE. Desenvolver e apresentar relatórios, dashboards, visualizações e scripts sobre estes temas para os intervenientes do CONTRATANTE. Intervir junto às agências para garantir o fluxo de dados e qualidade de sinais relevantes para a operação de publicidade. Liderar os processos de acompanhamento de índices e métricas de risco de marca nas operações de publicidade do CONTRATANTE. Supervisionar os coordenadores e analistas de BI.
- 1.23.2. Supervisor de Inteligência de Dados - Mídia: Analisar e avaliar as estratégias de campanhas das agências, apresentadas para as ações do CONTRATANTE, em especial sob o ponto de vista quantitativo e de integração de dados. Coordenar a implementação de algoritmos e processos para a geração, coleta, organização e transformação de dados relevantes para a operação e com impacto na comunicação do CONTRATANTE. Assessorar o CONTRATANTE na avaliação de resultados das atividades de comunicação, para isso desenvolvendo estudos e modelos quantitativos de atribuição de resultados, incluindo a coordenação de testes de incrementalidade de resultados. Coordenar pesquisas relevantes sobre o mercado, concorrência e a indústria de publicidade. Desenvolver e apresentar relatórios, dashboards, visualizações e scripts sobre estes temas para os intervenientes do CONTRATANTE. Assessorar o CONTRATANTE na escolha de ferramentas e serviços; avaliar a aplicabilidade e coordenar a integração de produtos e serviços no ecossistema do CONTRATANTE. Supervisionar os coordenadores e analistas de BI.
- 1.24. Coordenadores de Mídia: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia.

- 1.24.1. Coordenadores de Mídia Off-line - Atendimento CONTRATADA: conferir e validar a correção e exatidão das informações contidas nos documentos produzidos pelas CONTRATADAS - planos de mídia, documentos de autorização de contratação do CONTRATANTE, arquivos para sistemas transacionais (Midiaweb, SIAC, Portal de Mídia) no que tange aos custos, descontos, acordos, qualificação de pessoa jurídica, etc.; controle e atualização dos Saldos de Veículos presentes em Acordos, do Mapa de Veiculação; atualizar e compartilhar o Mapa Choque com CONTRATADAS e Assessores; e auxiliar nas valorações de propostas de Veículos de mídia.
 - 1.24.2. Coordenador de Mídia On-line – Atendimento CONTRATADA e CONTRATANTE: conferir e validar a correção e exatidão das informações contidas nos documentos produzidos pelas CONTRATADAS - relatórios, propostas, planejamentos, etc.; controlar e atualizar saldos de veículos presentes em Acordos de Mídia, do Mapa de Veiculação e similares; auxiliar nas valorações de propostas de mídia; e acompanhamento e análise do CONTRATANTE de Dados de Métricas de Mídia e demais documentos internos.
 - 1.24.3. Coordenador de Planejamento de Mídia: Dar suporte ao acompanhamento das veiculações programadas em mídia, organizando e provendo de forma prática os dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia. Contribuir na gestão dos processos de Metas de Mídia, alimentando as informações das campanhas que colaborem com o correto andamento das execuções publicitárias. Confeccionar relatórios e estudos periódicos sobre dados de mídia, extraídos das ferramentas de pesquisa. Dar suporte ao fomento de dados de pesquisa para o NMBB, organizando, conferindo e compartilhando de forma prática os documentos existentes dentro do conjunto das Pesquisas Regulares. Confeção de relatórios periódicos e/ou pontuais com dados e informações relevantes, para subsidiar novas execuções e os processos de análise e de avaliação. Auxiliar na análise de propostas de veículos de mídia e no uso de ferramentas de mídia para extração de dados. Dar suporte aos estudos de boas práticas de mercado, às Pesquisas Regulares e documentos derivados.
 - 1.24.4. Coordenador de Segurança de Marca: Suporte ao acompanhamento das veiculações programadas em mídia, organizando e provendo de forma prática os dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia. Contribuir na gestão dos processos de Metas de Mídia, alimentando as informações das campanhas que colaborem com o correto andamento das execuções publicitárias. Confeção de relatórios periódicos e/ou pontuais com dados e informações relevantes, para subsidiar novas execuções e os processos de análise e de avaliação.
- 1.25. Coordenadores de Inteligência e Estratégia (Business Intelligence): possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de análise de dados.
- 1.25.1. Coordenador de Inteligência de Dados - Mídia: Dar suporte ao monitoramento e avaliação dos fluxos de dados necessários para a execução dos processos de publicidade, em especial dados provenientes das propriedades digitais do CONTRATANTE. Avaliar e acompanhar, em conjunto com a equipe de BI, a operação e configuração das campanhas, garantindo a correta utilização dos dados e sinais disponíveis para a otimização das veiculações, bem como da coleta de dados necessários para os índices de segurança de marca de campanhas. Consultar APIs, construir processos utilizando ferramentas de computação em nuvem, gerenciar bancos de dados e desenvolver processos de monitoramento de campanhas. Automatização de processos internos do NMBB e proposição de soluções para os problemas de geração, organização e integração de dados entre veículos, CONTRATADAS e CONTRATANTE. Desenvolver e apresentar relatórios e dashboards para os intervenientes.

- 1.25.2. Coordenador de Inteligência de Dados - Negócio: Dar suporte ao desenvolvimento de estudos de atribuição e avaliação de resultados de esforços de publicidade do CONTRATANTE. Garantir e desenvolver, em conjunto com a equipe de BI, a correta geração e utilização de dados e sinais relevantes para a operação de comunicação. Acompanhar os resultados dos dados de campanhas em tempo real, desenvolvendo processos de monitoramento e alerta de performance e de risco de marca. Propor modelos estatísticos e melhorias nos processos de avaliação de resultados. Suporte a estudos sobre mercado, concorrência, indústria de publicidade e dados. Auxiliar na avaliação de ferramentas e serviços para o CONTRATANTE. Desenvolver e apresentar relatórios e dashboards para os intervenientes.
- 1.26. Analistas de Dados: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em análise de dados e/ou otimização de campanhas na internet.
- 1.26.1. Analistas de BI – Operação e Acompanhamento: Dar suporte à operação de inteligência de dados do NMBB. Auxiliar na construção de relatórios, dashboards e apresentações. Extrair, integrar e atualizar dados de mídia e de negócio em bancos de dados. Analisar alertas de monitoramento de sinais utilizados nas otimizações de veiculações do CONTRATANTE. Acompanhar a coleta de dados nos processos de gestão de risco de marca do CONTRATANTE. Acompanhar a veiculação de campanhas e de fluxos de dados das propriedades digitais do CONTRATANTE. Configurar conversões, audiências, tagueamentos e integração de dados entre ferramentas de mídia e plataformas de dados. Gerir e controlar configuração, taxonomia, audiências e conversões utilizadas em campanhas. Classificação de dados e pesquisa.
- 1.26.2. Analista de BI – Desenvolvimento e Análise: Auxiliar no desenvolvimento e manutenção de scripts. Documentar processos. Acompanhar logs de execução de monitoramento. Atuar em pesquisa e suporte nos processos de desenvolvimento de sistemas. Auxiliar nos processos de coleta de dados, análise de campanhas e proposição de melhorias e otimizações baseada em dados. Manutenção de dashboards.
- 1.27. Assistentes de Mídia: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, na execução de mídia ou *checking* de mídia.
- 1.27.1. Assistentes de Mídia Off-line - Atendimento CONTRATADAS: dar suporte ao processo de conferência e validação, da correção e exatidão das informações contidas nos documentos produzidos pelas CONTRATADAS - planos de mídia, Documento de autorização de ações de comunicação, arquivos para sistemas transacionais (Midiaweb, SIAC, Portal de Mídia etc no que tange aos custos, descontos, acordos, qualificação de pessoa jurídica, etc. Realizar o *double checking* da conferência, com foco nos Planos de Mídia Revisados, enviados pelas CONTRATADAS; e gerir, controlar, preencher e atualizar os percentuais de veiculação das ações publicitárias.
- 1.27.2. Assistentes de Mídia On-line - Atendimento CONTRATADAS: dar suporte ao processo de conferência e validação, da correção e exatidão das informações contidas nos documentos produzidos pelas Agências - planos de mídia, Documento de autorização de ações de comunicação, arquivos para sistemas transacionais (Midiaweb, SIAC, Portal de Mídia etc) no que tange aos custos, descontos, acordos, qualificação de pessoa jurídica, etc. Realizar o *double checking* da conferência, com foco nos Planos de Mídia Revisados, enviados pelas CONTRATADAS; e verificar características específicas de Planos *On-line*, como abatimentos, particularidades de Redes Sociais etc. Controles e Acompanhamento de Campanhas, Veículos *On-line* e *Adserver*.
- 1.27.3. Assistente de Planejamento de Mídia: Dar suporte ao processo de conferência e validação, da correção e exatidão das informações contidas nos documentos

produzidos pelas CONTRATADAS - planos de mídia e defesas de mídia, em relação aos dados de pesquisa apresentados e à correta aplicação das premissas do Macro Planejamento de Mídia, com foco nos objetivos de cada ação publicitária. Dar suporte ao processo de conferência e validação, da correção e exatidão das informações contidas nas propostas de veículos de mídia, relatórios produzidos e recebidos pelo NMBB.

- 1.27.4. Assistentes de Mídia On-line: Dar suporte operacional nos controles de saldo, criação de bases de dados para avaliações, valorações, controles de acessos, tagueamentos, controles de segurança de marca, bases de audiência e demais demandas operacionais necessárias para a execução das demandas dos supervisores, coordenadores e gerentes.

FUNÇÕES - DSP - OPERAÇÃO

- 1.28. Supervisor de Mídia Programática: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, em otimização de campanhas na internet, com destaque para mídia programática e/ou em análise de dados, observadas as seguintes atribuições:
- a) analisar e avaliar as estratégias de campanhas das agências, apresentadas para as ações do CONTRATANTE em mídia programática;
 - b) subsidiar as avaliações de resultados de campanhas, sob a ótica dos objetivos planejados para a comunicação, balizada por métricas e resultados esperados;
 - c) gestão dos processos de Metas de Mídia, ao receber, verificar, armazenar e compartilhar as informações das campanhas que auxiliem no correto andamento das execuções;
 - d) monitorar e avaliar, previamente e durante a veiculação, a partir dos dados disponíveis, a veiculação os impactos das estratégias de campanhas das CONTRATADAS, apresentadas para as ações do CONTRATANTE; e
 - e) acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, os resultados das veiculações programadas em mídia, verificando a adequação, a correta execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia e demais impactos que as ações de comunicação foram responsáveis, como em tráfego, negócios e público.
- 1.29. Analistas de Dados: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em análise de dados e/ou otimização de campanhas na internet, observadas as seguintes atribuições:
- a) analisar e avaliar as estratégias de campanhas das agências, apresentadas para as ações do CONTRATANTE em mídia programática;
 - b) monitorar e avaliar, previamente e durante a veiculação, a partir dos dados disponíveis, a veiculação os impactos das estratégias de campanhas das agências, apresentadas para as ações do CONTRATANTE; e
 - c) acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, os resultados das veiculações programadas em mídia, verificando a adequação, a correta execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia e demais impactos que as ações de comunicação foram responsáveis, como em tráfego, negócios e público.
- 1.30. Analistas de Mídia - AdOps: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em análise de dados e/ou otimização de campanhas na internet, observadas as seguintes atribuições:

- a) operar as plataformas de mídia programática de acordo com as estratégias elaboradas pelas CONTRATADAS, garantindo a execução conforme planejado; e
- b) auxiliar na indicação de otimizações de mídia a serem realizadas visando melhoria de *performance* e melhor execução de acordo com as diretrizes do CONTRATANTE.

FUNÇÕES - DSP – MONITORAMENTO

- 1.31. Analistas de Dados: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em análise de dados e/ou otimização de campanhas na internet, observadas as seguintes atribuições:
 - a) analisar e avaliar as estratégias de campanhas das CONTRATADAS, apresentadas para as ações do CONTRATANTE em mídia programática;
 - b) monitorar e avaliar, previamente e durante a veiculação, a partir dos dados disponíveis, a veiculação os impactos das estratégias de campanhas das agências, apresentadas para as ações do CONTRATANTE; e
 - c) acompanhar, em conjunto com o banco e as CONTRATADAS, os resultados das veiculações programadas em mídia, verificando a adequação, a correta execução, a qualidade dos espaços, sugerindo alterações de melhoria, com base em dados provenientes de pesquisas/ferramentas de mídia e demais impactos que as ações de comunicação foram responsáveis, como em tráfego, negócios e público.
- 1.32. Analistas de Mídia: possuir qualificação e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em análise de dados e/ou otimização de campanhas na internet, observadas as seguintes atribuições:
 - a) acompanhar a configuração de campanhas nas plataformas de mídia programática de acordo com as estratégias elaboradas pelas CONTRATADAS; e
 - b) garantir a execução conforme planejado e auxiliando na indicação de otimizações de mídia a serem realizadas visando melhoria de *performance* e melhor execução de acordo com as diretrizes do CONTRATANTE.

DOCUMENTO Nº 2 DO ANEXO 11**COMPROVANTES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

1. Para fins dos pagamentos previstos no *caput* da **Cláusula Décima Primeira** deste contrato, os documentos de comprovação de prestação dos serviços deverão ser entregues ao CONTRATANTE após a efetiva realização dos serviços para manifestação de aceite dos serviços executados, no endereço a ser formalmente informado pelo CONTRATANTE.
2. A CONTRATADA deverá apresentar ao CONTRATANTE, previamente à emissão da nota fiscal/fatura, os comprovantes relacionados à prestação dos serviços descritos abaixo:
 - a) Veiculação: apresentação dos documentos de aprovação do CONTRATANTE, Plano de Mídia autorizado, PI (Pedido de Inserção) e documentos de comprovação de veiculação e carta do veículo de comunicação bonificando as entregas a maior, quando for o caso;
 - b) Produção: apresentação dos documentos de aprovação do CONTRATANTE, documentos de comprovação da produção como fotos, arquivos digitais navegáveis, exemplares, protocolo de entrega, cópias de documentos de direitos autorais e relatórios de prestação de serviço; e
 - c) Intermediação e supervisão de serviços prestados por fornecedores especializados: apresentação de documentos de aprovação do CONTRATANTE e de comprovação da contratação e da prestação dos serviços previamente acordados entre as partes.
3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.
4. A aceitação definitiva dos serviços dar-se-á na sua conclusão e após a manifestação de aceite dos serviços executados pelo CONTRATANTE. Antes do registro e sem ônus para o CONTRATANTE, a CONTRATADA deve atender a todas as exigências da fiscalização relativas à pendência.
5. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados serão apresentados no Plano de Mídia, pela AGÊNCIA, ao Núcleo de Mídia, que será responsável por conferir e atestar seu conteúdo. O Plano então será submetido à aprovação do BANCO. Após esta etapa, mas ainda antes da efetiva compra dos espaços de mídia, a AGÊNCIA deverá submeter para aprovação do BANCO documento específico de aprovação de ações de comunicação (DOAC), junto com o Plano de Mídia.
6. Na comprovação dos serviços efetuados, a CONTRATADA obriga-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes documentos:
 - I - Para TV, Cinema e Rádio:
 - a. nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa fiscalizadora previamente credenciadas, conforme estudo de checagem de mídia vigente;
 - b. nas praças não cobertas por serviços de checagem:
 - i. declaração de não cobertura na(s) praça(s) veiculada(s) emitida por empresa fiscalizadora existente no mercado, assinada por quem detém poderes;
 - ii. comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação; e
 - iii. declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e

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

II - Mídia Out Of Home – OOH (estática):

- a. nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de inserções certificado pela fiscalizadora, contendo detalhamento de inventário, quantidade de pontos, telas ou faces e inserções, o número do Pedido de Inserção (PI), campanha, veículo, período, praça e fotos com data, horário e identificação dos pontos de veiculação e nome da campanha.
- b. nas praças não cobertas por serviços de checagem:
 - i. relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou as peças contendo fotos, período de veiculação e nome da campanha, datado e assinado; e
 - ii. declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social 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.

III – Mídia Out Of Home – DOOH (digital):

- a. nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de inserções certificado pela fiscalizadora, contendo detalhamento de inventário, quantidade de pontos, telas ou faces e inserções, bem como período e local de veiculação e nome da campanha;
- b. os relatórios atestando as quantidades de inserções realizadas, devem citar o nome da campanha veiculada e formatos das peças exibidas, emitido pelo sistema de controle e monitoramento utilizado pela empresa responsável pela veiculação;
- c. declaração de execução dos serviços prestados, sob as penas do art. 299 do Código Penal, emitida pelo veículo de comunicação.

IV - Internet:

- a. relatório de AdServer demonstrando as veiculações realizadas;
- b. para serviço de monitoramento, relatório mensal de uso da ferramenta.
- c. para veículos/plataformas digitais que disponibilizam compra direta, relatório extraído da respectiva plataforma do veículo, contendo dados de campanha, tipo de compra, período, peça, quantidade de entregas de acordo com o tipo de compra e data.

V - Jornal: exemplar ou capa do exemplar e página com o anúncio digitalizados, nos quais devem constar as informações sobre o período ou data de circulação, nome do jornal e praça.

VI - Demais mídias impressas: exemplares originais dos títulos.

VII - Merchandising: relatório da empresa fiscalizadora e arquivo digital com vídeo da ação.

7. Os comprovantes relacionados no item anterior, assim como os documentos de aprovação de ações de comunicação e os Planos de Mídia, são o mínimo necessário, quando da entrega da documentação, para atestar a realização dos serviços. O CONTRATANTE poderá exigir, a qualquer tempo, além dos documentos descritos acima, outros que julgar necessários.
8. As exigências de comprovação de veiculações poderão ser alteradas pelo CONTRATANTE, bem como as mídias não previstas neste Documento, serão estabelecidas formalmente.

9. Na comprovação dos serviços a CONTRATADA deverá:
- conferir se os relatórios de veiculação emitidos pelos veículos relacionam todos os serviços autorizados pelo CONTRATANTE. Qualquer alteração deve ser formalmente aprovada pelo CONTRATANTE; e
 - contratar empresa fiscalizadora para comprovar, por meio de relatórios de checagem, a realização dos serviços autorizados pelo CONTRATANTE, nas praças contempladas com o referido serviço, sem prejuízo do disposto na alínea 'a' retro.
10. Em todos os casos de contratação de empresa fiscalizadora deverá ser mantida sob guarda das respectivas agências de propaganda os seguintes documentos referentes à fiscalizadora:
- cópia do Contrato Social, com firma reconhecida;
 - prova de inscrição na fazenda nacional;
 - certidões de regularidade fiscal (débito com a União, débito Trabalhista e FGTS);
 - relação com os nomes e assinaturas dos funcionários autorizados a rubricar os relatórios de checagem. A relação deve ser assinada por quem detém poderes;
 - descrição detalhada da metodologia adotada;
 - relação de clientes atendidos pela empresa fiscalizadora com serviços semelhantes (portfólio).
- 10.1. Tais documentos poderão ser solicitados a qualquer momento pelo CONTRATANTE para fins de fiscalização e deverão ser mantidos arquivados por até 05 (cinco) anos.
11. Os relatórios de checagem, emitidos pelas empresas fiscalizadoras deverão seguir único padrão de qualidade, contendo no mínimo papel timbrado ou marca d'água, assinatura digital ou outro instrumento de confirmação de autenticidade.
12. Os custos e as despesas de veiculação deverão ser apresentados ao CONTRATANTE acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa fiscalizadora, nos moldes do previsto no item 9 deste Documento, se for o caso.
13. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições do Parágrafo Segundo da Cláusula Quarta do contrato.
14. Nos casos relativos à veiculação e contratação de serviços no exterior, serão computados para fins de pagamento, por parte do CONTRATANTE à CONTRATADA, os seguintes custos e despesas:
- Débitos e/ou créditos relativos à variação cambial da moeda estrangeira até a data do efetivo pagamento do contrato de câmbio;
 - Os dispêndios relativos aos tributos incidentes nas remessas e pagamentos ao exterior, a exemplo de IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras) e IRRF (Imposto de Renda Retido na Fonte) devido nas remessas ao exterior, observado em cada caso a necessidade de reajustamento ou não de base de cálculo nos termos da Legislação Tributária Brasileira, bem como outros tributos exigíveis na contratação de serviços no exterior;
 - Os custos inerentes ao cumprimento de obrigações tributárias, principais e acessórias, vinculadas aos pagamentos e remessas ao exterior, exceto multas ou encargos decorrentes do pagamento dos referidos tributos em atraso; e

- d) Quaisquer outros gastos, despesas, emolumentos, taxas, incluindo-se as bancárias, inerentes aos pagamentos e remessas ao exterior vinculados aos serviços contratados.
15. Na comprovação das produções a CONTRATADA obriga-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes documentos:
- a) peças gráficas: protocolo de entrega e exemplar da peça (dependendo do tamanho, pode-se aceitar a foto da peça produzida, ex: outdoor);
 - b) peças digitais: arquivo digital contendo as peças produzidas;
 - c) cachês: arquivo digital contendo as matérias veiculadas;
 - d) adserver: relatório da ferramenta;
 - e) direito de uso: documento de autorização de uso de imagem, devidamente assinado pelo detentor do direito;
 - f) cópia de filme (via streaming): planilha atestando o envio das peças;
 - g) cópia de filme (física): declaração de recebimento arquivo digital;
 - h) trilha, spot e filme: arquivo digital e autorização de uso;
 - i) foto (produção e click): autorização de uso e arquivo digital.
 - j) merchandising: arquivo digital contendo o vídeo do merchandising.
16. Na comprovação dos serviços de ferramentas de tecnologia utilizadas em publicidade, a CONTRATADA obriga-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes documentos:
- a) Adserver: relatório da ferramenta;
 - b) MMP Mobile Measurement Platform: relatório da ferramenta;
 - c) DSP Demand Side Platform: relatório da ferramenta;
17. Na comprovação dos serviços de pesquisas, a CONTRATADA obriga-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes documentos:
- a) serviços de pesquisa: relatório + base de dados;
18. Caso ocorram produções que não estejam elencadas no item 6 deste Documento, a CONTRATADA deverá consultar o CONTRATANTE, para prévia determinação das comprovações exigidas.

DOCUMENTO Nº 3 DO ANEXO 11

MATRIZ DE RISCOS

MATRIZ DE RISCO - IMPACTO x PROBABILIDADE

ID	CAUSA	EVENTO	CONSEQUÊNCIA	CATEGORIA	IMP.	PROB.	I x P	NÍVEL DE RISCO	RESPOSTA	CONTROLE	RESPONSÁVEL
1	Risco ordinário da atividade empresarial do CONTRATADA.	Fatos retardadores ou impeditivos da execução contratual	Aumento do custo de serviços publicitários contratados junto a fornecedores especializados ou veículos/plataformas de comunicação. Impactos na execução do Planejamento Anual de Comunicação	Operacional	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
2	Risco ordinário da atividade empresarial do CONTRATANTE.	Fatos retardadores ou impeditivos da execução contratual	Aumento do custo de serviços publicitários contratados junto a fornecedores especializados ou veículos/plataformas de comunicação.	Operacional	3	2	6	MÉDIO	Mitigar	Definição dos esforços publicitários no Plano Anual de Comunicação e no Macroplanejamento de Mídia. Estabelecimento de Manual de Procedimentos para execução publicitária	CONTRATANTE

3	Mudanças de legislação ou erro do contratado na avaliação da hipótese de incidência tributária pela CONTRATADA	Alteração de enquadramento tributário não considerado pelo CONTRATADA.	Aumento ou diminuição do lucro do CONTRATADA.	Operacional	2	2	4	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
4	Variação da taxa de câmbio.	Aumento ou diminuição do custo de serviços publicitários contratados em moeda estrangeira	Aumento ou diminuição do lucro/despesas operacionais do CONTRATADA.	Sistêmico	2	3	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
5	Descumprimento de legislação trabalhista e previdenciária pela CONTRATADA	Condenações em processos trabalhistas e previdenciários.	Responsabilização subsidiária do BB por verbas trabalhistas e previdenciárias dos profissionais do CONTRATADO alocados na execução do objeto contratual. Além de eventuais honorários advocatícios, multas e verbas sucumbenciais.	Legal	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
6	Falhas operacionais no processo de recolhimento de tributos da CONTRATADA	Recolhimento indevido de tributos, ou ausência de recolhimento, quando devido, sem que haja culpa do CONTRATANTE.	Responsabilização do CONTRATANTE por débito ou crédito tributário ou fiscal (não tributário).	Operacional	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
7	Inobservância dos procedimentos de BrandSafety pelo CONTRATADA	Divulgação de conteúdo publicitário em não conformidade com as diretrizes BrandSafety do CONTRATANTE	Danos à imagem e reputação do CONTRATANTE.	Operacional	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA

8	Inobservância dos prazos de pagamento previstos no contrato.	Atraso no pagamento de fornecedores especializados e veículos/plataformas de comunicação pelo CONTRATADA	Comprometimento do relacionamento com fornecedores e suspensão do fornecimento de serviços publicitários em alguns casos	Operacional	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA
9	Inobservância dos prazos de pagamento previstos no contrato.	Atraso no pagamento de fornecedores especializados e veículos/plataformas de comunicação pelo CONTRATANTE.	Comprometimento do equilíbrio financeiro do contrato.	Operacional	3	1	3	MÉDIO	Mitigar	Estabelecimento de prazos de pagamento em cláusulas contratuais, com verificações periódicas de conformidade.	CONTRATANTE
10	Inobservância, pelo CONTRATADO, de dispositivos normativos e regulatórios aplicáveis à publicidade.	Não conformidade com normas e regulamentos aplicáveis à execução publicitária pelo CONTRATADA.	Risco de danos à imagem/reputação. Responsabilização pecuniárias	Legal	3	2	6	MÉDIO	Definido pelo CONTRATADA	Definido pelo CONTRATADA	CONTRATADA

LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558)
DOCUMENTO Nº 5 DO CONTRATO

=====

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES E PREÇOS PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

=====

Anexo 1 do Termo de Referência (a ser assinado pelas agências)

....., inscrita no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a), portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº **DECLARA** que:

- i) conhece e aceita todas as condições para prestação do serviço constantes do Edital e do Contrato;
- ii) conhece e aceita que a forma de remuneração pelos serviços prestados é a prevista na **Cláusula Quarta** do Contrato (**Anexo 11** do Edital), contemplando todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como, mas sem se limitar a, de pessoal, de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços;
- iii) está ciente de que o BANCO procederá à retenção de impostos nas hipóteses previstas em lei.

Brasília - DF, / /2023

ASSINATURA DE REPRESENTANTE LEGAL

Nome:
RG:
CPF:

LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558)
DOCUMENTO Nº 6 DO CONTRATO=====
TERMO DE COMPROMISSO COM O SIGILO DA INFORMAÇÃO
=====

Eu, _____, portador do documento de identidade nº _____, expedido pela _____, CPF nº _____, pelo presente Termo, assumo perante a empresa (prestadora de serviços) _____ o compromisso de manutenção de sigilo sobre as informações a que tenha acesso ou conhecimento no âmbito do Banco do Brasil em razão das atividades profissionais a serem realizadas em decorrência do contrato de trabalho _____.

Comprometo-me a não divulgá-las ou comentá-las interna ou externamente e cumprir as condutas adequadas contra destruição, modificação, reprodução, divulgação e acesso indevidos, seja acidental ou intencionalmente, nos termos da Política de Segurança da Informação e de acordo com os Critérios para Tratamento da Informação Corporativa do Banco do Brasil, expressos no Portal de Políticas de Segurança da Informação (PSI) (www.bb.com.br/psi).

Estou ciente que este Termo refere-se a todas as informações do BANCO - dados, processos, informações, documentos e materiais - seja qual for o meio ou suporte através do qual seja materializada ou compartilhada: escrita em papel ou nos sistemas eletrônicos, falada em conversas formais e informais, disseminada nos meios de comunicação internos como reuniões, televisão etc., e que estejam protegidas por lei, como sigilo fiscal, bancário, de operações e serviços no mercado de capitais, comercial, empresarial, profissional, industrial e segredo de justiça.

Este compromisso permanece mesmo após a extinção do contrato de trabalho com a empresa prestadora de serviços.

Declaro que o BANCO tem minha permissão prévia para acesso e monitoramento do ambiente de trabalho.

Local e Data - _____, ____ de _____ de _____.

Empresa _____

Identificação do contrato de trabalho -

Nome: _____

CPF: _____ RG: _____

Assinatura: _____

Assinatura do Usuário

Autorizado por: _____

preposto da empresa prestadora do serviço

Cargo _____

LICITAÇÃO Nº 2023/000xxxx (8558)
DOCUMENTO Nº 7 DO CONTRATO

Questionário de *Due Diligence* de Fornecedores BB

Questionário respondido em ____/____/20__

1. Informações cadastrais

1.1. *Razão social:*

1.2. *Nome fantasia:*

1.3. *CNPJ:*

1.4. *Endereço:*

1.5. *CEP:*

1.6. *E-mail:*

1.7. *Website:*

1.8. *Telefones:*

1.8.1. *Telefone 1:*

1.8.2. *Telefone 2:*

1.9. *Porte da Empresa:*

- Microempresa – Faturamento menor ou igual a R\$ 360 mil.
- Pequena empresa – Faturamento maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões.
- Média empresa – Faturamento maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões.
- Grande empresa – Faturamento maior que R\$ 300 milhões.

1.10. *Ramo principal de atividade da empresa:*

- Comercial
- Industrial
- Prestação de Serviço

1.11. *Nº de Empregados:*

2. Eixo Gestão

2.1. *A empresa possui Código de Ética, Guia de Conduta ou documentos correlatos que descrevem as condutas éticas que devam ser observadas pelos integrantes da Alta Administração, empregados próprios e/ou terceirizados?*

- Sim
- Não

*Nota - Requer a apresentação de evidência (s) *, com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.*

2.2. *A empresa possui alguma política formal ou programa de responsabilidade empresarial que inclua aspectos ambientais, sociais e de saúde e segurança do colaborador?*

- Sim
- Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

2.3. *A empresa divulga publicamente relatório anual sobre sua atuação referente aos eixos financeiros, ambientais e sociais?*

- Sim
- Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

2.4. *Qual o faturamento da empresa nos últimos 3 anos?*

20__ : _____ 20__ : _____ 20__ : _____

2.5. *A empresa possui algum certificado do sistema gestão? (ISO 9.001, 14.001, 16.001, 27.001, 37.001, OHSAS 18.001, entre outros)?*

- Sim
- Não

Nota – Requer a apresentação de evidência (s).

2.6. A empresa promove ações de capacitação do público interno em questões relacionadas a gestão ambiental, diversidade, assédio, direitos humanos, anticorrupção, etc.?

Sim Não

Nota – Requer a apresentação de evidência (s).

3. Eixo Social (Direitos Humanos)

3.1. A empresa possui compromisso formal com os Direitos Humanos?

Sim Não

Nota 1 - Considerar compromissos relacionados: à erradicação do trabalho infantil, erradicação do trabalho forçado ou compulsório, combate à prática de discriminação em todas suas formas, prevenção do assédio moral e do sexual, valorização da diversidade, respeito à livre associação sindical e direito à negociação coletiva.

Nota 2: Requer apresentação de evidência (s).

3.2. A sua empresa responde ou respondeu, nos últimos 3 anos, processo judicial ou administrativo decorrente de práticas envolvendo trabalho forçado ou compulsório e/ou trabalho infantil, em suas próprias operações ou em sua cadeia de suprimentos?

Sim Não

Nota: Se positivo, apresentar evidência (s) com o número do processo e instância.

3.3. A sua empresa responde ou respondeu, nos últimos 3 anos, processo judicial ou administrativo decorrente de práticas envolvendo assédio moral ou sexual e/ou discriminação em suas próprias operações ou em sua cadeia de suprimentos?

Sim Não

Nota: Se positivo, apresentar evidência (s) com o número do processo e instância.

3.4. A sua empresa promove o engajamento do público interno, incluindo trabalhadores terceirizados, no combate a qualquer prática de discriminação em matéria de emprego e ocupação?

Sim Não

Nota - Se positivo, apresentar evidência (s). Considerar iniciativas ou procedimentos relacionados: à seleção e contratação, promoção, acesso a treinamento, sensibilização dos funcionários diretos e trabalhadores terceirizados para o tema.

3.5. A empresa avalia a satisfação dos funcionários e implementa ações de melhoria contínua?

Sim Não

Nota 1 - Em caso de resposta positiva, considerar que pelo menos um dos temas seguintes são atendidos: Clima organizacional (exposição a estresse, ambiente harmônico, cooperação entre funcionários, etc.); Carga de trabalho (horas trabalhadas, metas de produção e outros tipos de demandas); Remuneração compatível com a carga de trabalho; Benefícios.

Nota 2 - Requer apresentação de evidência (s).

3.6. A empresa tem políticas de melhoria da qualidade de vida dos funcionários?

Sim Não

Nota 1 - Em caso de resposta positiva, considerar pelo menos uma temas seguintes são atendidos: Incentiva ações para a alimentação saudável, academia, ginástica laboral e outras atividades que promovam o bem estar e uma vida mais saudável (física e psíquica); Conscientiza, informa e estimula seus funcionários quanto a um estilo de vida saudável; Acompanha a situação de seus funcionários quanto a aspectos relacionados à sua qualidade de vida e estrutura programas que incentivem progressos em relação ao tema; Possui programas que incentivem a redução de horas-extras e equilíbrio entre carga horária disponível e demanda de trabalho.

Nota 2 - Requer apresentação de evidência (s).

3.7. A empresa busca, por meio de práticas cotidianas, construir um relacionamento com a comunidade local visando seu desenvolvimento?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

3.8. A empresa tem política de diversidade publicamente disponível que inclua fatores de diversidade como gênero, cor, etnia, orientação sexual, pais de origem ou nacionalidade?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

3.9. Nos quadros da empresa tem mulheres ocupando cargo de gerência e/ou diretoria?

Sim. Quantas? _____ Não

3.10. *Nos quadros da empresa tem negros ocupando cargo de gerência e/ou diretoria?*

Sim. Quantos? _____ Não

3.11. *Na empresa existe diferença na remuneração entre pessoas de gêneros diferentes ocupantes de cargos de gerência e/ou diretoria?*

Sim. Percentual médio da diferença _____ Não

3.12. *Na empresa, as funcionárias que retornam de licença-maternidade permanecem por no mínimo 12 meses após o retorno?*

Sim Não

3.13. *Nos quadros da empresa tem pessoas portadoras de deficiência?*

Sim. Quantas? _____ Não

3.14. *A empresa adota medidas visando promover a empregabilidade de pessoas com deficiência?*

Sim Não

Nota 1 - Considerar uma ou mais das seguintes medidas: investimento em meios de acessibilidade; investimento em tecnologias adequadas para a realização do trabalho; capacitação profissional; sensibilização e conscientização de seus funcionários para a recepção e boa convivência profissional.

Nota 2 - Se positivo, requer a apresentação de evidência (s).

3.15. *A empresa disponibiliza plano de saúde para os funcionários?*

Sim Não

3.16. *Qual o tempo médio de trabalho dos funcionários da empresa?*

- De 1 a 5 anos
 De 5 a 10 anos
 Acima 10 anos

4. Eixo Ambiental

4.1. *O monitoramento e a mitigação dos riscos socioambientais fazem parte da estratégia da empresa?*

Sim Não

4.2. *A alta direção patrocina/acompanha as ações/estratégias ambientais?*

Sim Não

4.3. *A empresa possui licença (s) ambiental (is) para o funcionamento? (Licença de Operação - LO ou equivalente)?*

Sim Não Não se aplica

Nota 1 - Caso seja aplicado à atividade da empresa a necessidade da licença ambiental.

Nota 2 - Requer a apresentação de evidência (s).

4.4. *A empresa possui passivos ambientais?*

Sim Não

4.5. *A empresa foi autuada, multada ou notificada nos últimos 10 anos por motivo de crime ou descumprimento da legislação ambiental?*

Sim Não

Nota 2: Se positiva apresentar evidência com o número do processo e órgão para verificação.

4.6. *A empresa possui procedimentos estruturados para logística reversa, em conformidade com a Lei nº 12.305/2010?*

Sim Não Não se aplica

4.7. *A empresa possui programa de Coleta seletiva implementado?*

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

4.8. *A empresa emite relatório de emissão de GEE (Gases do efeito estufa) relacionados a sua atividade?*

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

4.9. A empresa possui política ambiental para redução da emissão de GEE (Gases do efeito estufa)?
 Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

4.10 A empresa tem conhecimento da procedência dos insumos utilizados no seu processo produtivo e/ou prestação de serviço?
 Sim Não

4.11. A empresa possui programa de geração distribuída ou faz uso de outra matriz energética além da convencional?
 Sim Qual? _____ Não

4.12. A empresa possui ações/metapas para redução do consumo de energia elétrica e água?
 Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

5. Eixo Integridade

5.1. Nome, cargo e percentual de participação (quando aplicável) de seus proprietários, sócios controladores, conselheiros e diretores:

Nome	CPF	Cargo	% Participação (qdo aplicável)

5.1.1. Percentual de participação societária da sua empresa em outras pessoas jurídicas na condição de controladora, controlada, coligada ou consorciada, bem como a razão social e o CNPJ das mesmas.

Razão Social	CNPJ	% Participação	Relacionamento Societário

5.2. A empresa ou sociedades controladoras, controladas, coligadas ou consorciadas estão localizadas ou realizam operações comerciais e financeiras nos seguintes locais:

Angola, Argentina, Bolívia, China, Colômbia, Gabão, México, Nigéria, Paraguai, Tanzânia, Venezuela, Ilhas Cayman, Cingapura, Mônaco, Panamá, Ilhas Virgens Britânicas, Nicarágua.

Sim Não

5.3. A sua empresa é membro de alguma iniciativa nacional ou internacional de combate à corrupção?
 Sim. Qual? _____ Não

5.4. Algum integrante da Alta Administração¹ ou seus familiares² (até terceiro grau) ocupa ou é candidato a cargo eletivo ou cargo de confiança na administração pública?
 Sim Não

5.4.1. Em caso afirmativo, forneça os detalhes abaixo:

Nome	Grau de Parentesco	Nome do Órgão/Entidade	Cargo	Período

¹ Ocupantes de cargo ou membros de colegiados posicionados hierarquicamente acima da linha gerencial média. Ex.: Membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva, Sócios, Presidente, Vice-presidente, Diretor e/ou Gerente Executivo.

² Primeiro grau: pai, mãe e filhos; Segundo grau: irmãos, avós e netos; Terceiro grau: tios, sobrinhos, bisavós e bisnetos

5.5. Algum integrante da Alta Administração ou seus familiares (até terceiro grau) mantém negócios pessoais ou relacionamento próximo com algum agente público?

Sim Não

5.5.1. Em caso afirmativo, forneça os detalhes abaixo:

Nome	Nome do Órgão/Entidade	Cargo	Grau de Parentesco	Nome do empregado ou membro	Cargo do empregado ou membro

5.6. Algum integrante da Alta Administração é familiar (até terceiro grau) de algum empregado do Banco do Brasil que ocupe função gerencial ou de algum membro da Diretoria Executiva ou Conselho de Administração do Banco do Brasil ou de funcionário que trabalhe diretamente com o processo de compra e contratação do Banco do Brasil?

Sim Não

5.6.1. Em caso afirmativo, forneça os detalhes abaixo:

Nome	Grau de Parentesco	Nome do empregado ou membro	Cargo do empregado ou membro

5.7. A sua empresa possui regras específicas formalizadas para visitas e demais interações com entes públicos, com foco na Prevenção e Combate à Corrupção?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.8. Algum integrante da Alta Administração da sua empresa já foi preso, acusado, investigado (mesmo que em curso), processado ou condenado por fraude ou corrupção nos últimos 10 anos?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.9. A empresa, controladoras, controladas, coligadas ou consorciadas já foram acusadas, investigadas (mesmo que em curso), processadas ou condenadas por fraude ou corrupção nos últimos 10 anos?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.10. A empresa, controladora, controlada, coligada ou consorciada já entregou, ofertou, autorizou, acordou ou prometeu qualquer tipo de pagamento ou benefício a qualquer autoridade governamental nacional ou estrangeira, para angariar ou manter negócios, ou mesmo obter qualquer vantagem comercial, nos últimos 10 anos?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.11. Algum integrante da Alta Administração, empregado, agente ou terceiro representando a sua empresa já entregou, ofertou, autorizou, acordou ou prometeu qualquer tipo de pagamento ou benefício a qualquer

autoridade governamental nacional ou estrangeira, para angariar ou manter negócios, ou mesmo obter qualquer vantagem comercial, nos últimos 10 anos?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.12. A empresa, controladora, controlada, coligada ou consorciada esteve submetida à investigação ou avaliação externa relacionada à fraude e/ou corrupção por algum órgão ou agência, nacional ou internacional (CGU, TCU, TCE, CVM, SEC, PF, etc.) nos últimos 10 anos?

Sim Não

Nota – Se positivo fornecer evidência (s).

5.13. A empresa conhece a legislação anticorrupção a qual está sujeita?

Sim Não

5.14. A empresa possui um Programa de Integridade estruturado com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira?

Sim Não

Nota 1 - Caso a resposta desta questão seja "Sim", responder às Questões 5.15 e 5.17.

Nota 2 - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.15. A empresa possui uma estrutura hierárquica definida para coordenar e implantar o programa de integridade?

Sim Não

5.16. O Programa de Integridade é revisado periodicamente pela Alta Administração?

Sim. Qual periodicidade? _____ Não

5.17. A empresa possui unidade específica e independente para mapear e analisar os riscos aos quais está exposta e verificar o cumprimento da legislação pelos empregados?

Sim Não

5.18. A empresa possui mapeamento dos riscos de ocorrência de fraude e corrupção?

Sim Não

5.19. A empresa possui medidas para evitar atos de corrupção nas situações de risco identificadas?

Sim Não

5.20. A empresa possui política anticorrupção ou documento equivalente, amplamente distribuída para colaboradores, gestores, diretores e conselheiros?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.21. A empresa possui normativos internos que determinem a proibição de qualquer tipo de pagamento ou benefício a qualquer autoridade governamental nacional ou estrangeira, para obter ou manter negócios ou vantagem comercial?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.22. A empresa possui normativos internos que determinem a proibição ou restrição, quanto ao oferecimento de presentes, brindes e hospitalidade a agentes públicos, clientes e parceiros comerciais?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.23. A empresa possui normativos internos que disponham sobre doação e/ou contribuição a instituições de caridade, programas sociais ou a partidos políticos?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.24. A empresa possui normativos internos de Due Diligence para a avaliação da reputação, idoneidade e das práticas de combate à corrupção de terceiros, tais como: fornecedores, distribuidores, agentes, consultores, representantes comerciais e/ou parceiros operacionais?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.25. A empresa conhece os documentos do Banco do Brasil, disponibilizados no site www.bb.com.br, relacionados a Compliance, Ética e Integridade?

Sim Não

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/etica-e-integridade/etica#/>

<https://ri.bb.com.br/governanca-e-sustentabilidade/codigo-de-governanca-corporativa/>

5.25.1. Se afirmativo, informar quais documentos disponibilizados pelo Banco do Brasil (www.bb.com.br) sua empresa tem conhecimento:

- Política de Relacionamento com Fornecedores
 Código de Ética e Normas de Conduta
 Programa de Integridade
 Política Específica de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, ao Financiamento do Terrorismo e à Corrupção – PLDFTC
 Programa de Compliance

5.26. A empresa oferece e/ou recomenda treinamentos periódicos sobre Integridade e/ou sobre os aspectos da Lei Anticorrupção?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/compras.-contratacao-e-venda-de-imoveis/fornecedores/etica-e-integridade#/>

5.26.1. Se afirmativo, informar para quais públicos a empresa oferece e/ou recomenda treinamentos e fornecer evidências:

Conselheiros Diretores Colaboradores Fornecedores

5.27. A empresa oferece e/ou recomenda treinamentos periódicos sobre o seu Código de Ética, Guia de Conduta?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.27.1. Se afirmativo, informar para quais públicos a empresa oferece e/ou recomenda treinamentos e fornecer evidências:

Conselheiros Diretores Colaboradores Fornecedores

5.28. A empresa dá conhecimento e solicita aos empregados, que se relacionam com o Banco do Brasil, que respeitem os documentos do Banco do Brasil, disponibilizados no site www.bb.com.br, relacionados a Compliance, Ética e Integridade?

Sim Não

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/etica-e-integridade/etica#/>

<https://ri.bb.com.br/governanca-e-sustentabilidade/codigo-de-governanca-corporativa/>

5.29. A empresa possui canal de denúncias relacionado à corrupção e a outros desvios de conduta, abertos e amplamente divulgados a todos os empregados próprios e/ou terceirizados?

Sim Não

Nota 1 - Caso tenha canal de denúncia, responda à Questão 5.30.

Nota 2 - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.30. O canal de denúncia garante o anonimato e qualquer tipo de perseguição ou retaliação ao denunciante?

Sim Não

5.31. A empresa possui mecanismos de investigação de indícios de fraude e/ou corrupção e procedimentos que assegurem a interrupção/correção de irregularidade ou infração detectadas e a tempestiva remediação dos danos gerados?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.32. A empresa possui normativos internos que disponham sobre o monitoramento da efetividade e da eficiência do programa de integridade anticorrupção da sua empresa?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

5.33. A empresa utiliza os serviços de terceiros, tais como agentes, consultores, representantes comerciais e/ou outros tipos de intermediários, sejam pessoas físicas ou jurídicas, com o objetivo de angariar novos negócios?

Sim Não

5.33.1. Se afirmativo, informar o nome e/ou razão social dos agentes, consultores, representantes comerciais e/ou outros tipos de intermediários, sejam pessoas físicas ou jurídicas

Nome/Razão Social	CPF/CNPJ

5.34. A empresa realiza avaliação prévia de requisito de integridade, para mitigar o risco de estabelecer relação de negócios com fornecedores, parceiros e demais terceiros, eventualmente envolvidos em ato de corrupção?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

5.35. A empresa divulga o seu programa de integridade aos seus fornecedores, distribuidores, representantes comerciais, intermediários e/ou outros tipos de parceiros de negócios?

Sim Não

5.36. A empresa solicita que seus fornecedores, distribuidores, representantes comerciais, intermediários e/ou outros tipos de parceiros de negócios declarem pleno conhecimento sobre os principais aspectos do seu programa de integridade?

Sim Não

Nota - Requer a apresentação de evidência (s).

5.37. Nos contratos firmados há previsão de cláusulas que obrigue a contraparte a respeitar

- Programa de Integridade
- Código de Ética/Norma de Conduta
- Lei 12.846/2013 – Lei Anticorrupção

Nota 1 - Requer a apresentação de evidência (s), com o fornecimento de cópia da documentação que suporte a afirmação, ou indique onde os referidos documentos podem ser encontrados no seu website.

Nota 2 – Pode ser marcado mais de uma alternativa

6. Declaração de veracidade das informações

6.1. Declaro que as informações fornecidas neste Formulário, incluindo quaisquer documentos anexos, são verdadeiras, completas e atualizadas.

Local e data:

Assinatura:

Nome por extenso:

Cargo: