

EDITAL

LICITAÇÃO CAIXA Nº 0083/5688-2026

Aviso publicado no Diário Oficial da União em 02/04/2026



CECOT – CENTRALIZADORA NACIONAL CONTRATAÇÕES

RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA

A CAIXA está orientada a gerir seus negócios, processos, atividades e relacionamentos com as partes interessadas com base nos princípios e diretrizes de sua Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC), de modo a assegurar a atuação e o desenvolvimento sustentável, prezando pelo respeito ao meio ambiente, pela proteção e conservação dos ecossistemas, dos recursos hídricos, da biodiversidade e da adaptação às mudanças climáticas do País.

Acesse e conheça a PRSAC:
https://www.caixa.gov.br/Downloads/sustentabilidade/PRSAC_CAIXA.pdf

NOSSOS VALORES ÉTICOS

A CAIXA elaborou o seu Código de Ética, que tem por objetivo sistematizar os valores éticos que devem nortear a condução dos negócios, orientar as ações e o relacionamento com os interlocutores internos e externos.

Compartilhamos com você, que poderá ser um parceiro da CAIXA, os valores éticos que nortearão a nossa relação:

RESPEITO

HONESTIDADE

COMPROMISSO

TRANSPARÊNCIA

RESPONSABILIDADE

Acesse e saiba mais: [Código de Ética CAIXA](#)

Alô CAIXA

4004 0 104 (Capitais e Regiões Metropolitanas)

0800 104 0 104 (Demais Regiões)

SAC

0800 726 0101

Ouvidoria

0800 725 7474



[ATENÇÃO: AO FINAL DA EDIÇÃO DO DOCUMENTO, ATUALIZE O ÍNDICE e demais campos. Pressione Ctrl+T e em seguida pressione F9 para atualizar todos os campos, na caixa de mensagem que aparece selecione "Atualizar o índice inteiro" e confirme. Lembrar de remover notas explicativas caso haja, que estão dispostas com estilo "Citação Intensa".]

ÍNDICE

1	DO OBJETO.....	6
2	DA PARTICIPAÇÃO.....	8
3	CADASTRO, RECUPERAÇÃO DE SENHA E CREDENCIAMENTO.....	9
4	DO SISTEMA ELETRÔNICO.....	11
5	RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS.....	11
6	DA APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	12
7	DA PROPOSTA DE PREÇO.....	13
8	DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS.....	14
9	APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO.....	14
10	DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO.....	20
11	DA FASE RECURSAL ÚNICA.....	22
12	DA HOMOLOGAÇÃO E CONTRATAÇÃO.....	23
13	COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	24
14	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....	28
15	DA SESSÃO PÚBLICA.....	28
16	DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS.....	30
17	DA GARANTIA CONTRATUAL.....	30
18	DA FORMA DE PAGAMENTO.....	31
19	DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.....	31
20	DOS ILÍCITOS PENAIIS.....	31
21	DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.....	32
22	DO ADIAMENTO, REVOGAÇÃO OU ANULAÇÃO DA PRESENTE LICITAÇÃO.....	32
23	DA VIGÊNCIA DO CONTRATO.....	32
24	DAS DISPOSIÇÕES FINAIS.....	32
25	DO FORO.....	34
	ANEXO I PROJETO BÁSICO / TERMO DE REFERÊNCIA.....	35
	ANEXO II BRIEFING.....	84
	ANEXO III PROPOSTA TÉCNICA – ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO.....	85
	ANEXO IV PROPOSTA TÉCNICA – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO.....	95
	ANEXO V FORMULÁRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....	99
	ANEXO VI PROPOSTA DE PREÇO.....	100
	ANEXO VII MINUTA DE CONTRATO.....	102

ANEXO VIII TERMO DE COMPROMISSO DE COMBATE À CORRUPÇÃO E AO CONLUÍO ENTRE LICITANTES E DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA	131
ANEXO IX DECLARAÇÃO DO LICITANTE	133
ANEXO X TERMO DE RESPONSABILIDADE E DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES - SUBCOMISSÃO	134

CENTRALIZADORA NACIONAL DE CONTRATAÇÕES

LICITAÇÃO CAIXA 0083/2026 – CECOT/BR tipo **MELHOR TÉCNICA**

AVISO DE LICITAÇÃO PUBLICADO NO DOU EM **02/04/2026**

A CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, daqui por diante denominada simplesmente CAIXA, por intermédio da SUA Centralizadora Nacional de Contratações, representada pela Comissão de Licitação designada, realizará licitação na modalidade Licitação CAIXA, do tipo Melhor Técnica, com objetivo de contratar empresa(s) para a prestação do(s) serviços descritos no item 1 abaixo, sendo os procedimentos da licitação e do(s) consequentes contratos regidos pelo Regulamento de Licitações e Contratos da CAIXA – RLCC, Leis nº 13.303 de 30/06/2016, nº 8.429 de 02/06/1992, nº 12.232, de 29/04/2010, pela Resolução Conjunta nº 6 de 21/05/2020 do Conselho Nacional de Justiça e do Tribunal Superior Eleitoral, pela Instrução Normativa SECOM nº 9, de 12/11/2025, e suas respectivas alterações, bem como pelas disposições deste Edital e Anexos.

O **CREENCIAMENTO** para esta Licitação CAIXA deverá ser efetuado até às **23:59** horas do dia **10/06/2026** - HORÁRIO DE BRASÍLIA/DF, exclusivamente por meio do endereço eletrônico, conforme item 3.6 deste edital.

As **PROPOSTAS TÉCNICAS E PROPOSTAS DE PREÇO** serão recebidas até às 09:00 horas do dia **11/06/2026**, HORÁRIO DE BRASÍLIA/DF, exclusivamente por meio eletrônico.

A abertura da **SESSÃO PÚBLICA**, para todos os efeitos, inclusive para o fim de impugnação do Edital, inicia-se após a data e horário limites para o recebimento das propostas, às **09:00** horas do dia **11/06/2026**, HORÁRIO DE BRASÍLIA/DF, no endereço eletrônico <http://licitacoes.caixa.gov.br>.

Poderá ser apresentada **IMPUGNAÇÃO** ao Edital desta Licitação CAIXA até o dia **03/06/2026**, exclusivamente por meio do endereço eletrônico, por uma das formas a seguir:

- a) Se tiver senha de acesso ao sistema, acessar o endereço <http://licitacoes.caixa.gov.br> → acionar o botão ENTRAR → digitar o CPF → acionar o botão RECEBER CÓDIGO → informar o CÓDIGO recebido no e-mail → digitar a SENHA → acionar o link LOGIN - FORNECEDOR E COMPRADOR, selecionar ACESSAR A ÁREA PESSOA FÍSICA ou ACESSAR A ÁREA PESSOA JURÍDICA → selecionar o CNPJ desejado → selecionar a MODALIDADE desejada → selecionar o link IMPUGNAÇÃO → no certame/item desejado selecionar o link ENVIAR IMPUGNAÇÃO → registrar os argumentos e confirmar.
- b) Caso não tenha senha de acesso ao sistema, acessar o endereço <http://licitacoes.caixa.gov.br> → no quadro “PESQUISA DE CERTAME”, localizar a licitação desejada → clicar no Nº Certame → aba “IMPUGNAÇÃO” → selecionar o botão “CADASTRAR IMPUGNAÇÃO” → efetuar os preenchimentos devidos, anexar eventuais arquivos e para finalizar clicar em “ENVIAR IMPUGNAÇÃO”.

A decisão sobre a impugnação será incluída no próprio sistema em até 3 dias úteis contados do seu recebimento.

Pedidos de **ESCLARECIMENTOS** poderão ser feitos até às **23:59 horas** do dia **03/06/2026**, exclusivamente por meio eletrônico, por uma das formas a seguir:

- a) Se tiver senha de acesso ao sistema, acessar o endereço <http://licitacoes.caixa.gov.br> → acionar o botão ENTRAR → digitar o CPF → acionar o botão RECEBER CÓDIGO → informar o CÓDIGO recebido no e-mail → digitar a SENHA → acionar o link LOGIN - FORNECEDOR E COMPRADOR, selecionar ACESSAR A ÁREA PESSOA FÍSICA ou ACESSAR A ÁREA PESSOA JURÍDICA → selecionar o CNPJ desejado → selecionar a MODALIDADE desejada → selecionar o link QUESTIONAMENTO → no certame/item desejado selecionar o link ENVIAR QUESTIONAMENTO → registrar os argumentos e confirmar.
- b) Caso não tenha senha de acesso ao sistema, acessar o endereço <http://licitacoes.caixa.gov.br> → no quadro “PESQUISA DE CERTAME”, localizar a licitação desejada → clicar no Nº Certame → aba “QUESTIONAMENTO” → selecionar o botão “CADASTRAR QUESTIONAMENTO” → efetuar os preenchimentos devidos, anexar eventuais arquivos e para finalizar clicar em “ENVIAR QUESTIONAMENTO”.

A resposta ao pedido de esclarecimento e a decisão sobre a impugnação será incluída no próprio sistema. A Comissão de Licitação poderá suspender os prazos do certame, mediante motivação do ato, registrada em ata da sessão pública, para responder ao(s) esclarecimento(s) e à(s) impugnação(ões) previamente a abertura da sessão pública.

A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Ação Promocional, a identificação da sua Proposta.

Informamos que a Licitação será realizada de forma Eletrônica e não contará com a utilização de Sala Virtual para realização de Sessão Pública. O acompanhamento do Certame deverá ser realizado pelo Portal de Licitações da CAIXA.

Nota Explicativa sobre o campo de Proposta de Preço no Portal Eletrônico
 Para fins de operacionalização do certame no ambiente eletrônico de licitações da CAIXA, o sistema disponibiliza campo próprio para o registro de valor global e para o carregamento de documento denominado “Proposta Preço”.
 Esclarece-se que a presente licitação é conduzida exclusivamente pelo critério de julgamento “Melhor Técnica”, não havendo disputa, comparação, ponderação ou classificação das propostas com base em preço.
 Nesse contexto, o preenchimento do campo relativo à “Proposta Preço” possui caráter meramente formal e operacional, destinado à viabilização do processamento eletrônico do certame.
 O licitante deverá: registrar no sistema valor global idêntico ao valor global estimado da contratação; e

anexar exclusivamente o Anexo VI – Modelo de Proposta Comercial, o qual possui caráter declaratório, não sendo admitida a alteração dos percentuais nele estabelecidos.

A eventual alteração dos percentuais constantes do Anexo VI não conferirá vantagem competitiva, nem será considerada elemento de julgamento, podendo a Comissão de Licitação, se necessário, promover diligência para ajuste ou saneamento da informação, nos termos da legislação aplicável e deste Edital.

A avaliação e classificação das propostas limitar-se-ão integralmente aos critérios técnicos previstos neste Edital e em seus Anexos, sendo vedada qualquer forma de julgamento por preço.

1 DO OBJETO

- 1.1 Contratação de 5 (cinco) empresas especializadas para a prestação de serviços de publicidade que compreendem o conjunto de prestação de serviços de publicidade à CAIXA e ao Conglomerado, em conformidade com as disposições deste Edital e seus Anexos, conforme abaixo:

ANEXO I	TERMO DE REFERÊNCIA
ANEXO II	BRIEFING
ANEXO III	PROPOSTA TÉCNICA - ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO
ANEXO IV	PROPOSTA TÉCNICA - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO
ANEXO V	FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
ANEXO VI	MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
ANEXO VII	MINUTA DE CONTRATO
ANEXO VIII	TERMO DE COMPROMISSO DE COMBATE À CORRUPÇÃO E AO CONLUÍO ENTRE LICITANTES E DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL e CLIMÁTICA
ANEXO IX	MODELO DE DECLARAÇÃO DO LICITANTE
ANEXO X	TERMO DE RESPONSABILIDADE E DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES – SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 1.1.1 Os serviços contemplados no objeto da presente licitação se referem à prestação serviços de publicidade que compreendem 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, para a CAIXA e para as demais empresas que integram o Conglomerado, inclusive as que vierem integrá-lo, em âmbito nacional e internacional.

- 1.1.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;
- b) a produção e a execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
- c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
- d) formas inovadoras de comunicação criadas e desenvolvidas em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.2 Para fins desta licitação, as ações de publicidade, previstas nos subitens 1.1.1 e 1.1.1.1, não abrangem as ações de promoção, patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2 As especificações do objeto, os locais de prestação dos serviços e a forma de execução do contrato constam do(s) Anexo(s) I deste Edital.

2 DA PARTICIPAÇÃO

2.1 Podem participar desta Licitação CAIXA as empresas cujo objeto social seja pertinente e compatível com o objeto desta licitação.

2.1.1 É vedada a participação na licitação com perfil de Pessoa Física no sistema Licitações CAIXA.

2.2 Nenhuma licitante poderá participar desta Licitação com mais de uma proposta.

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

2.4 Não é admitida nesta licitação a participação de empresa(s):

2.4.1 em recuperação judicial ou extrajudicial, ou em processo de falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação; exceto aquelas que apresentem Plano de Recuperação aprovado e homologado judicialmente e em pleno vigor; além de cumprir todos os requisitos do item 9.5 deste edital, estando dispensada apenas, nesses casos, a certidão negativa de falência e concordata;

2.4.2 que estejam reunidas em consórcio, sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;

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

2.4.4 que esteja com o direito de licitar e contratar com a CAIXA suspenso, ou impedida de licitar e contratar com a União, ou que tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com a União, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;

2.4.5 Cujo administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social seja dirigente ou empregado da CAIXA;

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

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

- 2.4.8 Constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
- 2.4.9 Cujo administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
- 2.4.10 Que tiver, nos seus quadros de diretoria, pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea.
- 2.4.11 De pessoa física ou jurídica que tenha elaborado o projeto, básico ou executivo;
- 2.4.12 De pessoa jurídica da qual o autor do anteprojeto ou do projeto básico da licitação seja administrador, controlador, gerente, responsável técnico, subcontratado ou sócio, neste último caso quando a participação superar 5% (cinco por cento) do capital votante.
- 2.5 Aplica-se também a vedação prevista no item 2.4 acima:
 - I À contratação do empregado CAIXA ou dirigente, como pessoa física, bem como à participação dele em procedimentos licitatórios, na condição de licitante;
 - II A quem tenha relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com:
 - a) Dirigente da CAIXA;
 - b) Empregado da CAIXA cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação, contratação ou pela gestão operacional do contrato e pela autoridade da CAIXA hierarquicamente superior as áreas mencionadas;
 - c) Autoridade do ente público a que a CAIXA esteja vinculada.
 - III Cujo proprietário, mesmo na condição de sócio, tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com a CAIXA há menos de 6 (seis) meses.

3 CADASTRO, RECUPERAÇÃO DE SENHA E CREDENCIAMENTO

- 3.1 Para participar desta Licitação CAIXA, o interessado deve providenciar o Cadastro no Portal de Compras Licitações CAIXA e efetuar o Credenciamento neste certame específico, seguindo os passos abaixo.
 - 3.1.1 O cadastramento para acesso ao Portal Licitações CAIXA é realizado obrigatoriamente para pessoa física, que após concluído o cadastro, pode vincular e cadastrar pessoas jurídicas as quais possua a qualificação de sócio, podendo este designar representantes e equipe de usuários.
 - 3.1.1.1 O Guia de Orientações de acesso ao Portal – manual de acesso, fica disponível na Área Pública do Portal, em FAQ e Tutoriais.
- 3.2 O **CADASTRO** é realizado no site da CAIXA, acessando o endereço eletrônico <http://licitacoes.caixa.gov.br>, conforme as seguintes etapas: acionar o botão ENTRAR → selecione o campo “CADASTRE-SE”, siga as telas informando o CPF, o NOME COMPLETO, o CELULAR, a DATA DE NASCIMENTO e o E-MAIL, na sequência defina a SENHA de 6 números, preencha os dados do

PRÉ-CADASTRO, anexe a documentação de habilitação obrigatória de pessoa física utilizando a extensão de arquivo jpg ou pdf, selecione as ÁREAS DE INTERESSE, confirme o aceite do TERMO DE ADESÃO e acione “CONCLUIR CADASTRO”.

- 3.2.1 Para cadastrar pessoa Jurídica o **SÓCIO** de uma empresa deve acessar seu cadastro de Pessoa Física, e selecionar o campo “ACESSAR ÁREA PESSOA JURIDICA”, na sequência, acionar o botão “VINCULAR NOVO CNPJ”, preencher o formulário para cadastro da pessoa jurídica a ser vinculada à pessoa física, anexar a documentação de habilitação obrigatória de pessoa jurídica utilizando a extensão de arquivo jpg ou pdf, selecionar as ÁREAS DE INTERESSE, confirmar o aceite do TERMO DE ADESÃO e acionar “CONCLUIR CADASTRO”.
- 3.3 Toda a validação cadastral é realizada com sincronia com o banco de dados da Receita Federal, portanto concluído o cadastro não é necessário se dirigir a agência da CAIXA.
- 3.4 Os procedimentos para **CADASTRO**, citados no item 3.2, devem ser adotados apenas pelos interessados ainda não cadastrados no Portal Licitações CAIXA - www.licitacoes.caixa.gov.br.
- 3.5 Para recuperar a senha de acesso ao sistema, acesse o endereço eletrônico www.licitacoes.caixa.gov.br → acionar o botão ENTRAR → digitar o CPF → acionar o botão RECEBER CÓDIGO → informar o CÓDIGO recebido no e-mail → definir a nova SENHA.
- 3.5.1 O usuário receberá no e-mail cadastrado mensagem com LINK PARA REDEFINIÇÃO DE SENHA, caso não seja recepcionado, pesquise também na pasta de SPAM de sua conta de e-mail. Efetue o troca senha obrigatório informando nova senha com 6 dígitos numéricos.
- 3.6 Para participar desta LICITAÇÃO CAIXA, a interessada deverá providenciar o **CRENCIAMENTO** ao certame até o dia e hora indicados no preâmbulo deste edital, exclusivamente por meio do endereço eletrônico <http://licitacoes.caixa.gov.br>, efetuar autenticação com *login e senha* acionando o botão “ENTRAR” → efetuar login → selecionar o fornecedor que deseja prosseguir → marcar a modalidade LICITAÇÃO CAIXA → no quadro “*MINHAS ATIVIDADES*” → acionar o link “Credenciamento em Novos Certames” e marcar Comprador “CAIXA”, selecionar o certame desejado e clicar na Atividade “Credenciamento”, selecionar a declaração de ciência e marcar a(s) opção(ões) de direito de preferência, caso se aplique, e finalizar o credenciamento clicando em “Concordar”.
- 3.6.1 Decorrido esse prazo não será possível o credenciamento para participação nesta Licitação CAIXA.
- 3.6.1.1 Até o prazo final para envio de proposta, o licitante poderá alterar o seu credenciamento, as opções de preferência e até mesmo se descredenciar.
- 3.7 Os procedimentos para cadastramento, citados no item 3.2, devem ser adotados apenas pelos interessados não cadastrados no site “Licitações CAIXA” no endereço www.licitacoes.caixa.gov.br.

- 3.7.1 Caso esteja cadastrado, adotar os procedimentos de Credenciamento para participar do presente conforme item 3.6.
- 3.8 O cadastro possibilita a participação em todas as Licitações CAIXA, sendo que a etapa de credenciamento é específica para cada certame, devendo a empresa se credenciar todas as vezes que tiver interesse em participar de uma Licitação CAIXA ou pregão eletrônico realizado pela CAIXA.
- 3.9 O link “*Credenciamento em novos certames*”, constante no endereço eletrônico mencionado no item 3.6, permite o acesso a todos certames que estão na fase de Credenciamento, possibilitando a visualização do Edital no link “*Edital*”.

4 DO SISTEMA ELETRÔNICO

- 4.1 O licitante será responsável por todas as transações que forem efetuadas em seu nome no sistema eletrônico, assumindo como firme e verdadeira sua proposta.
- 4.2 Caberá à licitante:
 - 4.2.1 acompanhar as operações no sistema eletrônico durante o processo licitatório, responsabilizando-se pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de quaisquer mensagens emitidas pelo sistema ou de sua desconexão.
 - 4.2.2 comunicar imediatamente à CAIXA, por meio do **Help Desk** – 4004 0104 – Capitais e regiões metropolitanas ou 0800 104 0104 – Demais localidades, qualquer acontecimento que possa comprometer o sigilo ou a inviabilidade do uso da senha, para imediato bloqueio de acesso.
 - 4.2.3 solicitar o cancelamento do cadastro ou da senha de acesso por interesse próprio.
- 4.3 O uso da senha de acesso pelo licitante é de sua responsabilidade exclusiva, incluindo qualquer transação efetuada diretamente ou por seu representante, não cabendo à CAIXA responsabilidade por eventuais danos decorrentes de uso indevido da senha, ainda que por terceiros.
- 4.4 O credenciamento junto à CAIXA implica a responsabilidade legal do licitante e a presunção de sua capacidade técnica para realização das transações inerentes a Licitação CAIXA.
- 4.5 Manter a gestão da documentação de habilitação no repositório do cadastro do Fornecedor (“Guarda de Documentação de Habilitação”), no Portal Licitações CAIXA.

5 RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

- 5.1 As Propostas Técnicas e de Preços deverão ser enviadas eletronicamente, até a data e hora indicados no preâmbulo deste Edital.
- 5.2 Após Credenciamento na Licitação, conforme item 3.6, a Licitante deverá enviar as propostas por meio eletrônico, via o sistema Licitações CAIXA, realizando upload dos arquivos que compõe a proposta, separados em

Proposta de Preço, Proposta Técnica Complementar e Proposta Técnica Não Identificada.

- 5.3 No endereço www.licitacoes.caixa.gov.br, acionar o botão “ENTRAR” → efetuar login → selecionar o fornecedor que deseja prosseguir → marcar a modalidade LICITAÇÃO CAIXA → no quadro “MINHAS ATIVIDADES” → acionar o link “ENVIAR/ALTERAR PROPOSTA PREÇO”, no certame/item desejado, informar o valor proposto e anexar os arquivos acionando os botões “Anexar Proposta Preço”, “Anexar Proposta Técnica Complementar” e “Anexar Proposta Técnica Não Identificada” e confirme o upload dos arquivos correspondentes acionando o botão “Enviar Propostas”, por fim, para confirmar a participação no item, acione o botão “CONCLUIR/ENVIAR”.
- 5.4 Os arquivos devem ser anexados em suas respectivas propostas, podendo ser anexados mais de um arquivo em cada link, sendo limitados às extensões doc/xls/docx/xlsx/rtf/pdf/txt/odt/ods/dwg/mp4/zip/csv, no tamanho máximo de 200MB por arquivo.
- 5.5 O **Valor Proposto** a ser digitado deve corresponder ao **Valor Global** que consta na Proposta Comercial (ANEXO VI), e deverão ser coincidentes.
- 5.5.1 Não haverá disputa de Preços, dessa forma o valor da proposta comercial deverá coincidir com o valor global estimado, conforme disposto no ANEXO VI.
- 5.5.2 Havendo divergência do valor digitado, será corrigido para o valor estimado da Licitação.
- 5.6 Assim que a proposta for acatada pelo sistema, será enviado ao licitante, via e-mail, a confirmação do recebimento da proposta.
- 5.7 O licitante poderá retirar ou substituir as propostas anteriormente apresentada até a data e hora marcadas para a abertura da sessão pública por meio do endereço eletrônico www.licitacoes.caixa.gov.br, acionar o botão ENTRAR → efetuar login → selecionar o fornecedor que deseja prosseguir → marcar a modalidade LICITAÇÃO CAIXA → no quadro MINHAS ATIVIDADES → acionar o link ENVIAR/ALTERAR PROPOSTA PREÇO → selecionar o certame/item desejado → excluir a proposta anterior clicando no ícone “X” → inserir a nova proposta, conforme procedimentos descritos no item 5.1.
- 5.7.1 Caso haja a substituição da **Proposta de Preço**, após a anexação do arquivo contendo a nova **Proposta**, o **Valor Proposto** deve ser novamente digitado, conforme item 5.5.

6 DA APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

- 6.1 A **Proposta Técnica Não Identificada**, deverá ser constituída do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com as especificações dispostas no ANEXO III.
- 6.1.1 Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária–Proposta Técnica Não Identificada os arquivos não poderão ter nenhum tipo de identificação ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante.

- 6.2 A **Proposta Técnica Complementar** deverá ser constituída da Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções em Comunicação, que deverá ser anexada, conforme orientações do ANEXO III.
- 6.2.1 A Proposta Técnica Complementar não poderá ter informação ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Proposta Técnica Não Identificada** que possibilite a sua identificação e autoria.
- 6.3 As demais orientações pertinentes à apresentação das Propostas Técnicas e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Anexo III deste Edital.

7 DA PROPOSTA DE PREÇO

- 7.1 A **Proposta de Preço** (ANEXO VI) deverá ser apresentada em uma única via, contendo os seguintes elementos:
- 7.1.1 Menção ao número do Edital, com a identificação da empresa proponente, CNPJ, endereço completo (rua, número, bairro, cidade, estado), número de telefone, fax e *e-mail*;
- 7.1.2 Todas as declarações de acordo com o modelo de proposta (ANEXO VI).
- 7.1.3 Prazo de validade da proposta não inferior a 120 (cento e vinte) dias, contados a partir da data limite fixada para recebimento das propostas;
- 7.1.4 Deve constar ainda o local, data, nome e assinatura (com a devida identificação), por quem de direito.
- 7.2 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.
- 7.3 A Comissão de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços.
- 7.4 Não haverá disputa de Preço, dessa forma o valor da proposta comercial deverá ser coincidente ao valor global estimado, conforme o valor disposto no item 21.1. A empresas executarão os serviços conforme e serão remuneradas conforme os percentuais estipulados no Contrato e em seus Anexos.
- 7.5 O número expresso em algarismos deverá ser coincidente com o expresso por extenso.
- 7.6 Ademais, também serão desclassificadas as Propostas de Preço que:
- 7.6.1 Contenham vícios insanáveis;
- 7.6.2 Descumpram especificações técnicas constantes do instrumento convocatório;
- 7.6.3 Apresentem desconformidade com outras exigências do instrumento convocatório, salvo se for possível a acomodação a seus termos antes da adjudicação do objeto e sem que se prejudique a atribuição de tratamento isonômico entre os licitantes;

- 7.7 Serão analisadas as propostas de preços de todas as licitantes que não se enquadrem na situação de desclassificação prevista no item 6.8 do ANEXO IV.
- 7.8 A proposta de preço final deve ser encaminhada no prazo de até **4 (quatro) horas** a contar da solicitação da Comissão de Licitação por meio do endereço eletrônico <http://licitacoes.caixa.gov.br> na “Área Logada” → “Acesso ao Sistema” → “Se Você é Licitante, faça login aqui: Acessar” → efetuar login, no quadro “Minhas Atividades” → escolher “Enviar proposta ajustada”.

8 DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

- 8.1 O julgamento final das Propostas Técnicas desta Licitação será feito conforme disposto a seguir:
- 8.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas, as 5 licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, observado o disposto nos subitens 6.7 e 6.8 do ANEXO IV deste Edital.

9 APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

- 9.1 Para fins de habilitação no certame, o licitante terá de satisfazer os requisitos abaixo:
- habilitação jurídica;
 - qualificação técnica;
 - qualificação econômico-financeira;
 - regularidade fiscal federal;
 - cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal
- 9.1.1 O licitante deverá anexar a documentação de habilitação no repositório de documentos localizado no Cadastro do Licitante. Na área logada do Fornecedor, acesse o link “Vincular Documentação de Habilitação” e selecione o item desejado, acione o botão VINCULAR DOCUMENTAÇÃO, selecione a documentação correspondente e conclua acionando o botão CONFIRMAR. A documentação vinculada fica disponível na coluna Documentação, confira e, para confirmar, acione o botão CONCLUIR/ENVIAR.
- 9.1.2 As instruções também constam do “Manual do fornecedor guarda da documentação de habilitação” que pode ser obtido na plataforma do usuário, no Portal de Licitações CAIXA (www.licitacoes.caixa.gov.br) ou na área pública do Portal em FAQ e TUTORIAIS. Toda a gestão da documentação no repositório é de plena responsabilidade do licitante, que deve se atentar para a conferência sempre que for participar de uma licitação da CAIXA.
- 9.1.2.1 A inserção da documentação de habilitação no REPOSITÓRIO DE DOCUMENTOS poderá ocorrer a qualquer tempo acessando o ícone MEU CADASTRO na Área Logada do Fornecedor, entretanto a vinculação dos documentos de habilitação ao certame de interesse deverá ser realizada até o momento de envio indicado no item 9.10.
- 9.2 O Credenciamento do Licitante no SICAF e o cadastramento em cada nível abaixo indicado são válidos para a comprovação dos requisitos da Habilitação Jurídica, Qualificação Econômico-Financeira e Regularidade Fiscal e Trabalhista:

Nível I – credenciamento: nível básico e pré-requisito para o cadastramento nos demais níveis;

Nível II – o registro regular nesse nível supre as exigências de Habilitação jurídica, quando seus anexos no SICAF atenderem aos documentos dispostos no item 9.3 e subitens deste Edital.

Nível III – o registro regular nesse nível supre as exigências de Regularidade Fiscal definida no item 9.4;

Nível V – o registro regular nesse nível supre as exigências de Qualificação técnica em relação ao registro ou à inscrição na entidade profissional competente, quando for exigido para o exercício da atividade;

Nível VI – o registro regular nesse nível supre as exigências de Qualificação Econômico-Financeira, quando seus anexos no SICAF atenderem aos documentos dispostos no item 9.5 e subitens deste Edital.

- 9.2.1 As certidões e documentações apresentadas como prova da regularidade dos requisitos de habilitação da licitante devem estar válidas ao tempo de sua apreciação pela Comissão.
- 9.2.2 Caso não seja possível efetuar a consulta de algum documento ou nível de cadastro no SICAF, ou na hipótese daquele estar vencido, o licitante deverá encaminhar o(s) documento(s) vencido(s)/faltante(s) na forma do item 9.10.
- 9.2.3 A comprovação do credenciamento e cadastramento em cada nível do SICAF, dar-se-á mediante a verificação da validade dos documentos necessários, por intermédio de consulta 'on line' no SICAF, opção "Situação do Fornecedor", depois de verificada a aceitabilidade da proposta.
- 9.2.4 Para fins de habilitação, a verificação pela CAIXA nos sítios oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova.
- 9.2.5 O licitante não cadastrado no SICAF – Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores, mas que tenha interesse em fazer parte do referido Sistema, previamente à realização da licitação poderá providenciar tanto o credenciamento quanto o cadastramento em seus níveis em qualquer Unidade Cadastradora.
- 9.2.5.1 Os documentos exigidos, bem como as instruções para efetuar o registro no SICAF constam do manual que pode ser obtido no endereço eletrônico <https://www.gov.br/compras/pt-br/sistemas/sicaf-digital> → Aba *Manuais*.
- 9.3 A documentação relativa à **habilitação jurídica** consistirá em:
 - 9.3.1 ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
 - 9.3.2 inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
 - 9.3.3 decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para

funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

- 9.3.4 Em se tratando de microempreendedor individual – MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>.

- 9.4 A documentação relativa à **regularidade fiscal federal** consistirá em:

- 9.4.1 prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- 9.4.2 prova de regularidade para com a Fazenda Nacional (Certidão Negativa de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União – CND - ou Certidão Positiva com Efeitos de Negativa de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União - CPEND), na forma da lei.
- 9.4.3 prova de regularidade relativa à Seguridade Social (INSS) caso não seja atendida pela Certidão mencionada no item 9.4.2.
- 9.4.4 Prova de Regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

- 9.5 A documentação relativa à **qualificação econômico-financeira** consistirá em:

- 9.5.1 Certidão Negativa de Falência ou Recuperação Judicial/extrajudicial expedida pelo cartório distribuidor da Justiça Comum Estadual da sede da pessoa jurídica, com validade expressa no próprio documento ou, no caso de omissão, que tenha sido expedida, no máximo, há 30 (trinta) dias;
- 9.5.2 comprovação da boa situação financeira da empresa, baseada na obtenção de índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), obtidos a partir dos dados resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, cujos dados serão extraídos das informações do balanço da empresa, relativo ao último exercício, já exigíveis na forma da lei:

<p>Ativo Circulante + Ativo realizável a longo prazo</p> <p>LG = -----</p> <p>Passivo Circulante + Passivo Não Circulante</p>

<p>Ativo Total</p> <p>SG = -----</p> <p>Passivo Circulante + Passivo Não Circulante</p>

Ativo Circulante
LC = -----
Passivo Circulante

- 9.5.2.1 O licitante credenciado e cadastrado no nível VI – Qualificação Econômico-Financeira no SICAF terá sua qualificação econômico-financeira avaliada por meio desses índices econômicos registrados no referido Sistema.
- 9.5.3 A empresa que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um) em qualquer dos índices relativos à boa situação financeira (LG – Liquidez Geral; LC – Liquidez Corrente; SG – Solvência Geral), deverá comprovar possuir patrimônio líquido não inferior a R\$ 7.600.000,00.
- 9.5.3.1 O patrimônio líquido exigido acima será calculado por meio da fórmula seguinte, cujos dados serão extraídos das informações do balanço da empresa, relativo ao último exercício, exigíveis na forma da lei:
- Patrimônio Líquido = Ativo Total – Passivo Total (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)
- 9.5.3.1.1 Para a licitante credenciada e cadastrada no nível VI – Qualificação Econômico-Financeira no SICAF, o patrimônio líquido exigido acima será obtido a partir das informações do balanço do licitante, registrado no referido Sistema, relativo ao último exercício, exigíveis na forma da lei.
- 9.5.3.2 Na impossibilidade da obtenção no SICAF dos índices econômicos e das informações necessárias ao cálculo do patrimônio líquido, referidos nos itens 9.5.2 e 9.5.3, a licitante deverá apresentar Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício, exigíveis na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, na forma do item abaixo.
- 9.5.3.3 São considerados aceitos na forma da lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentadas:
- 9.5.3.3.1 publicado em Diário Oficial; ou
- 9.5.3.3.2 publicado em jornal, ou
- 9.5.3.3.3 por cópia ou fotocópia registrada, ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante; ou
- 9.5.3.3.4 por cópia ou fotocópia do Livro Diário devidamente autenticada na junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, ou outro órgão equivalente inclusive com os Termos de Abertura e Encerramento; ou
- 9.5.3.3.5 Registrado no SPED – Sistema de Público de Escrituração Digital e/ou na ECD - Escrituração Contábil Digital, nos termos do Decreto nº 6.022 de 22/01/2007 e da Instrução Normativa RFB nº 2003 de 18/01/2021 e alterações.
- 9.5.3.3.5.1 Sendo apresentados o Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis na forma do subitem 9.5.3.3.5 o licitante deverá apresentar termo de

autenticação digital na Junta Comercial respectiva ou outro documento que possibilite a comprovação dos documentos em site público.

- 9.6 A **qualificação técnica** será comprovada mediante a vinculação dos seguintes documentos:
- 9.6.1 Certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho de Normas-Padrão (CENP), ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;
- 9.6.2 Apresentação de atestado(s) / certidão(ões) / declaração(ões) fornecido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, comprovando ter o licitante desempenhado, de forma satisfatória, atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto desta licitação.
- 9.6.2.1 para fins de compatibilidade será(ão) considerado(s) o(s) atestado(s) / certidão(ões) / declaração(ões) que comprove(m):
- 9.6.2.1.1 ter a empresa licitante executado 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) 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\$ 76.000.000,00 (setenta e seis milhões de reais), em período de 12 meses, a partir de janeiro de 2020, para serviços prestados concomitantemente;
 - b) Em substituição às declarações da alínea 'a', as licitantes poderão 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\$ 76.000.000,00 (setenta e seis milhões de reais), em período de 12 meses, a partir de janeiro de 2020;
 - c) para efeito da comprovação do orçamento publicitário executado das declarantes igual ou superior a R\$ 76.000.000,00 (setenta e seis 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.
- 9.6.2.2 o(s) atestado(s) / certidão(ões) / declaração(ões) devem ser apresentados contendo a identificação do signatário e da pessoa jurídica emitente, indicando as características, quantidades e prazos das atividades executadas ou em execução pelo licitante.
- 9.7 Os documentos de habilitação, quando escritos em língua estrangeira, deverão ser apresentados, inicialmente, com tradução livre.
- 9.7.1 Para fins de assinatura do contrato, os documentos de habilitação escritos em língua estrangeira, bem como os documentos de procedência estrangeira emitidos em língua portuguesa devem ser entregues acompanhados da tradução para língua portuguesa efetuada por Tradutor Juramentado,

devidamente consularizados e registrados no Cartório de Títulos e Documentos.

- 9.7.1.1 Para os documentos públicos estrangeiros não se aplica a exigência de legalização consular, ou seja, o reconhecimento de assinatura ou autenticação pela autoridade consular ou diplomática, sendo exigida tão-somente a aposição de Apostila que consiste em anotação, selo ou carimbo dado pela autoridade competente do país de onde o documento é originário, nos termos do [Decreto nº 8.660, de 29 de Janeiro de 2016](#).
- 9.8 O cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal será suprido pela declaração do licitante de que não possui em seu quadro permanente menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menor de 16 anos de idade em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos.
- 9.8.1 Tal declaração deverá ser firmada eletronicamente pela licitante por meio de preenchimento do Termo de Responsabilidade, quando do seu credenciamento, na forma do item 3.
- 9.9 Não são considerados válidos para fins de habilitação, atestados de prestação de serviços incompatíveis com as atividades econômicas previstas no contrato social do licitante. Os atestados devem demonstrar uma situação fática que tenha ocorrido em conformidade com a lei e com o contrato.
- 9.10 A documentação relacionada no item 9.10.1 ou 9.10.2 deverá ser encaminhada pelo Portal Licitações CAIXA, no prazo de até 4 (quatro) horas a contar da solicitação da Comissão.

Nota – Prazo do item acima poderá ser adequado conforme necessidade. Recomenda-se prazo mais extenso do que as 2 horas usuais para Licitações CAIXA, considerando que a apresentação da documentação de habilitação é exigida após o período de análise das propostas técnicas, permitindo tempo hábil para as empresas adequarem a documentação no portal e vincularem ao certame.

- 9.10.1 Para licitante credenciada e cadastrada em cada nível do SICAF:
- a) Certidão de Falência ou recuperação judicial/extrajudicial;
 - b) Documentos de comprovação da Qualificação Técnica;
 - c) Termo de Compromisso de Combate à Corrupção e ao Conluio entre Licitantes e de Responsabilidade Socioambiental (ANEXO X);
 - d) Declaração do Licitante (ANEXO IX).
- 9.10.2 Para licitante NÃO credenciada e NÃO cadastrada em cada nível do SICAF:
- a) Documentação relativa à Habilitação jurídica;
 - b) Documentação relativa a qualificação econômico-financeira;
 - c) Certidão de Falência ou recuperação judicial/extrajudicial;
 - d) Documentação relativa a regularidade fiscal;
 - e) Documentos de comprovação da Qualificação Técnica;
 - f) Termo de Compromisso de Combate à Corrupção e ao Conluio entre Licitantes e de Responsabilidade Socioambiental (ANEXO X);

g) Declaração do Licitante (ANEXO IX).

- 9.10.3 Os documentos de habilitação deverão ser enviados após abertura do prazo definido no item 9.9, que será comunicado via sistema na Área Logada do Fornecedor, em “**NOTIFICAÇÕES**”. Para tanto, a documentação deverá ser vinculada ao certame, pelo ícone “**VINCULAR DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO**”, localizado na Área Logada do Fornecedor.
- 9.10.3.1 A documentação vinculada fica disponível na coluna “**DOCUMENTAÇÃO**”. Após vincular toda a documentação exigida, confira e acione o botão “**CONCLUIR/ENVIAR**”.
- 9.10.4 As certidões apresentadas como prova da regularidade dos requisitos de habilitação da licitante devem estar válidas ao tempo de sua apreciação pela Comissão.
- 9.10.5 A Comissão, mediante decisão fundamentada, registrada em ata, poderá promover diligência para a complementação de informações necessárias que atestem condição de habilitação preexistente à abertura da sessão pública do certame, isto é, poderá requerer documento(s), uma única vez, que não altere(m) ou modifique(m) aquele(s) anteriormente encaminhado(s), garantindo-se a transparência e a isonomia aos demais licitantes.
- 9.10.6 Serão aceitos como autênticos os documentos do licitante vencedor enviados pelo Portal Licitações CAIXA, mediante envio do ANEXO IX assinado.
- 9.10.7 A Comissão poderá exigir para conferência a apresentação do documento em cópia autenticada, ou publicação em órgão da imprensa oficial, ou cópia acompanhada do original, caso exista dúvida a respeito da autenticidade do documento.
- 9.10.8 Os documentos que exigem assinatura podem ser assinados na forma do subitem 24.13 ou por assinatura física.
- 9.10.9 Em caso de dúvidas quanto a sua autenticidade/autoria dos documentos com assinatura física, a Comissão também poderá exigi-los a sua apresentação com firma reconhecida em cartório.
- 9.10.10 Em caso de assinatura eletrônica, conforme previsão legal, o título se reveste de eficácia executiva, dispensando-se a assinatura de testemunhas.
- 9.10.11 A entrega de documentos na forma física, caso necessária, deve ser no endereço da CECOT no prazo de até 3 (três) dias úteis, após solicitação da Comissão.

10 DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

- 10.1 Prosseguindo, a Comissão verificará o atendimento das condições de habilitação do licitante vencedor, mediante a análise da documentação encaminhada na forma do item 9.10.
- 10.2 Prosseguindo, a Comissão efetuará a consulta ‘on line’ ao SICAF, para verificação da situação da licitante credenciada e cadastrada em cada nível do

Sistema, se for o caso, ocasião que será impressa e rubricada a Declaração de “Situação do Fornecedor”.

- 10.2.1 Nesse mesmo ato a Comissão verificará o atendimento das condições de habilitação do licitante vencedor, mediante a análise da documentação encaminhada na forma do item 9.10.
- 10.3 É assegurado ao licitante que esteja com algum documento vencido no SICAF o direito de encaminhá-lo atualizado, juntamente com a documentação na forma do item 9.10.
- 10.3.1 Caso solicitada, o prazo para envio de documentação complementar será de no mínimo 2 horas a contar da solicitação pela Comissão por meio do sistema.
- 10.4 A fim de verificar se existe restrição do licitante ao direito de participar em licitações ou celebrar contratos com a Administração Pública, serão efetuadas as seguintes consultas, sem prejuízo de verificação dessa restrição por outros meios:
- ao CEIS/CNEP/CEPIM - Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas/Cadastro Nacional de Empresas Punidas/Cadastro de Entidades Privadas Sem Fins Lucrativos Impedidas, no endereço eletrônico do Portal de Transparência do Governo;
 - CNCIA – Cadastro Nacional de Condenados por Ato de Improbidade Administrativa, nos termos da Lei nº 8.429/92, constante no endereço eletrônico do CNJ – Conselho Nacional de Justiça – www.cnj.jus.br/, em “Sistemas”, no item “CONSULTAS PÚBLICAS – Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por ato de Improbidade Administrativa” e “Consulta Requerido / Condenação”, selecionar esfera “TODOS(AS)”;
 - SICOW – Sistema interno da CAIXA, que permite verificar se há impedimento de o interessado licitar e contratar com esta Empresa Pública.
- 10.5 Constatado o atendimento pleno às exigências editalícias, será declarado o vencedor da licitação, iniciando-se a contagem do prazo para a intenção de recursos.
- 10.6 Não será habilitada a empresa que:**
- 10.6.1 esteja com algum documento vencido no SICAF, caso não tenha sido exercida a faculdade prevista no item 10.3;
- 10.6.2 não comprove a regularidade da documentação habilitatória por ocasião de sua verificação.
- 10.6.3 esteja com o direito de licitar e contratar com a CAIXA suspenso, ou impedida de licitar e contratar com a União, ou tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, no âmbito Federal, Estadual, Municipal ou do Distrito Federal;
- 10.6.4 deixe de apresentar a documentação solicitada, apresente-a incompleta ou em desacordo com as disposições deste Edital;
- 10.7 Enquadre-se em uma das situações previstas no item 2.4 deste edital.

- 10.8 Se o licitante desatender às exigências do item 9 ou se enquadrar nas hipóteses do item 10.6, será inabilitado e a Comissão examinará as condições de habilitação das demais proponentes, na ordem de classificação e assim sucessivamente, até que um licitante atenda plenamente às exigências do Edital.
- 10.9 No julgamento da habilitação, a Comissão poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos habilitatórios e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos os participantes, atribuindo-lhes validade e eficácia para fins de habilitação.

11 DA FASE RECURSAL ÚNICA

- 11.1 Atendidas plenamente todas as condições do edital, e após a divulgação do(s) licitante(s) vencedor(s) desta LICITAÇÃO CAIXA, qualquer licitante poderá manifestar motivadamente a intenção de recorrer, desde que devidamente registrada a síntese de suas razões no formulário eletrônico disponibilizado no endereço www.licitacoes.caixa.gov.br – acionar o botão “ENTRAR” → efetuar login → selecionar o fornecedor que deseja prosseguir → marcar a modalidade LICITAÇÃO CAIXA → no quadro “MINHAS ATIVIDADES” → acionar o link “INTENÇÃO DE RECURSO” → selecionar o botão “INCLUIR INTENÇÃO DE RECURSO” → inserir a descrição argumentos → clicar em “ENVIAR”, no prazo de até 1 dia útil a partir da comunicação pelo sistema.
- 11.1.1 À recorrente que tiver sua manifestação de intenção de recurso aceita pela Comissão será concedido o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentar razões de recurso, facultando-se às demais licitantes a oportunidade de apresentar contrarrazões em igual número de dias, que começarão a correr do término do prazo da recorrente, sendo-lhes assegurada vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.
- 11.1.2 Os recursos e contrarrazões somente poderão ser encaminhados por meio eletrônico, no endereço citado no item 11.1.
- 11.1.3 Os recursos e contrarrazões redigidos pelos licitantes deverão ser registrados em campo específico do <http://licitacoes.caixa.gov.br>, acionar o botão “ENTRAR” → efetuar login → selecionar o fornecedor que deseja prosseguir → marcar a modalidade LICITAÇÃO CAIXA → no quadro “MINHAS ATIVIDADES” → acionar o link desejado RECURSO e/ou “CONTRARRAZÃO”, registrar os argumentos e confirmar.
- 11.2 A falta de manifestação motivada do licitante, no prazo estabelecido no item 11.1, importará a decadência do direito de recurso, ficando a Comissão autorizada a adjudicar o objeto à licitante declarada vencedora.
- 11.3 Qualquer recurso contra decisão da Comissão não terá efeito suspensivo, salvo nos casos de habilitação ou inabilitação do licitante ou julgamento das propostas, podendo a autoridade competente, motivadamente e presente as razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva.
- 11.4 O acolhimento de recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

- 11.5 Decidido(s) o(s) recurso(s), e constatada a regularidade dos atos procedimentais, a autoridade competente adjudicará o objeto ao licitante vencedor.
- 11.6 A decisão em grau de recurso será definitiva e dela dar-se-á conhecimento aos interessados, por meio de comunicação por e-mail.

12 DA HOMOLOGAÇÃO E CONTRATAÇÃO

- 12.1 À vista do relatório da Comissão, o resultado da licitação será submetido à consideração da autoridade competente da CAIXA, para fins de homologação e adjudicação do objeto à(s) vencedora(s).
- 12.2 A contratação será formalizada mediante a assinatura de instrumento particular, observadas as cláusulas e condições deste Edital, conforme a minuta do Contrato que integra este Edital (Anexo VII).
- 12.3 Fica impedida de ser contratada para a execução de serviço objeto desta licitação o licitante que se enquadre em qualquer das situações mencionadas nos itens 2.4 do edital.
- 12.4 O licitante que for declarado vencedor da licitação e que não for cadastrado no SICAF deverá providenciar o cadastramento e habilitação no referido sistema, nos níveis exigidos como habilitação no edital, como condição para assinatura do contrato.
- 12.5 Na assinatura do contrato será realizada pesquisa no Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal – Cadin, e demais pesquisas indicadas no item 10.4 para comprovação das condições de habilitação e contratação.
 - 12.5.1 A existência de registro no Cadin constitui fator impeditivo para a contratação.
- 12.6 No ato da assinatura do instrumento contratual, o licitante vencedor deverá firmar a declaração de vedação ao nepotismo, que consta anexada ao final da minuta de Contrato (ANEXO VII).
- 12.7 A assinatura do contrato pela adjudicatária dar-se-á no prazo de até 05 (cinco) dias úteis a contar da data de sua convocação pela CAIXA.
 - 12.7.1 O prazo de convocação poderá ser prorrogado 1 (uma) vez, por igual período.
 - 12.7.1.1 Em situações excepcionais e a critério da CAIXA, poderá ser admitida a dilação do prazo de prorrogação, desde que devidamente formalizado e justificado pela adjudicatária.
 - 12.7.1.2 A convocação será encaminhada ao licitante vencedor por e-mail, no endereço cadastrado no site da CAIXA na forma do item 3.
 - 12.7.2 A recusa injustificada da adjudicatária em assinar o contrato dentro do prazo estabelecido caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-a às penalidades previstas no item 19 deste Edital.

- 12.8 Quando o convocado não assinar o contrato no prazo e condições estabelecidas, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis, a CAIXA poderá retomar a Licitação CAIXA e convocar os licitantes remanescentes, respeitada a ordem de classificação e observadas as preferências previstas neste Edital.
- 12.9 Poderá o licitante ser desclassificado até a contratação, se a CAIXA tiver conhecimento de fato ou circunstância superveniente que desabone sua regularidade fiscal, jurídica, qualificação técnica e/ou econômico-financeira.
- 12.9.1 Neste caso, será efetuada a convocação dos licitantes remanescentes, na ordem de classificação, em conformidade com o disposto no item 12.8

13 COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

- 13.1 Esta Licitação CAIXA será processada e julgada por Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 13.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros com formação acadêmica em nível de graduação ou pós-graduação, das áreas de comunicação, ou pela atuação numa destas áreas.
- 13.3 Diante da ausência de formação referida no item 13.2, o preenchimento do requisito de atuação será alcançado pelo exercício de pelo menos 1 (um ano) ininterrupto, computado nos últimos quatro anos, de atividades de comunicação que envolvam conhecimento preponderante nas áreas relacionadas ao objeto da contratação.
- 13.3.1 Um dos membros da Subcomissão não poderá possuir qualquer vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a CAIXA, sendo indicado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, conforme disposto no inciso VIII do Art. 43 da IN SECOM nº 9/2025.
- 13.3.2 A Comissão de Licitação verificará a comprovação dos requisitos do item 13.2 pela Subcomissão Técnica.
- 13.4 Também são requisitos para integrar a Subcomissão Técnica os seguintes:
- a) Ser servidor ou empregado público;
 - b) Não possuir vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com licitante ou com o respectivo sócio ou dirigente.
 - c) Não ser cônjuge ou companheiro de sócio ou dirigente de licitante, nem ter com eles vínculo de parentesco, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau; e
 - d) Não atuar e não ter atuado de forma relevante, em outras etapas, no âmbito do mesmo processo licitatório.
- 13.4.1 Os membros da Subcomissão deverão assinar a declaração constante do ANEXO X deste edital e deverão cumprir seus termos e condições.
- 13.5 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por meio de sorteio da Loteria Federal, entre nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove)

integrantes, previamente divulgados pela CAIXA, sendo 03 (três) integrantes sem qualquer vínculo funcional ou contratual direto ou indireto, com a CAIXA.

- 13.6 Havendo indicação superior à quantidade mínima acima informada, os nomes sobressalentes serão mantidos na lista, em ordem alfabética, e substituirão eventuais impugnados.
- 13.7 O sorteio obedecerá ao procedimento a seguir estabelecido:
 - 13.7.1 A lista com os nomes dos indicados será divulgada no D.O.U., 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 10 (dez) dias após a divulgação, recaindo sobre a próxima extração da Loteria Federal.
 - 13.7.1.1 Para os membros externos à CAIXA, 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.
 - 13.7.2 Para os membros internos da CAIXA, na ordem alfabética, serão atribuídos os números de 1 a 6. Os números 0, 7, 8 e 9 serão desconsiderados para o sorteio dos membros internos.
 - 13.7.3 Caso o número de indicados seja acima de 9 (nove), a distribuição dos números prevista nos itens 13.7.1.1 e 13.7.2 será ajustada para a realidade do total de membros indicados.
 - 13.7.4 Serão sorteados inicialmente os membros titulares, na seguinte ordem: em primeiro lugar, o membro externo e, na sequência, os dois membros internos CAIXA.
 - 13.7.5 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.
 - 13.7.6 Na sequência do sorteio, serão definidos os suplentes dos membros internos da CAIXA, de acordo com a ordem sorteada. O quinto nome a ser sorteado será o primeiro suplente CAIXA e assim, sucessivamente, até que reste o último nome entre os suplentes da CAIXA, que será automaticamente o último suplente.
 - 13.7.7 O sorteio da Loteria Federal é composto por 5 (cinco) prêmios com uma dezena de milhar cada um.
 - 13.7.8 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

13.7.8.1 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.

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

13.7.9 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 itens 13.7.2 e 13.7.3 acima.

13.7.10 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.

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

13.7.12 Para melhor compreensão, segue o exemplo:

Lista de membros externos	Números atribuídos para o sorteio
Ana	1 a 3
Bruno	4 a 6
Carlos	7 a 9

Lista de membros internos CAIXA	Números atribuídos para o sorteio
Francisco	1
Joana	2
João	3
José	4
Maria	5
Mário	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	de	Centena	Dezena	Unidade
1º prêmio 37120	3	7 - desconsiderado		1 - Francisco (1º suplente CAIXA)	2 - Joana (2º titular CAIXA)	0 - desconsiderado
2º prêmio 03743	0	3 - João (3º suplente CAIXA)		7 - desconsiderado	4 - Bruno (1º suplente externo)	3 - Ana (1º titular externo)
3º prêmio 58470	5	8	Fim	4 - José (2º suplente CAIXA)	7 - desconsiderado	0 - desconsiderado
4º prêmio 09070	0	9		0 - desconsiderado	7 - desconsiderado	0 - desconsiderado
5º prêmio 88775	8	8		7 - desconsiderado	7 - desconsiderado	5 - Maria (1º titular CAIXA)

- 13.7.12.1 Carlos foi indicado segundo suplente externo sem sorteio, sendo definido por exclusão por ser o último da lista, bem como Mário, que foi indicado como quarto suplente CAIXA sem sorteio, pelo critério da exclusão, por ser o último da lista.
- 13.7.13 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 a CAIXA, nos termos dos subitens 13.2 e 13.3.2.
- 13.8 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da data do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 13.5, mediante a apresentação à Comissão de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 13.8.1 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.
- 13.8.2 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da Comissão de Licitação, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 13.

- 13.8.3 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 13.5.
- 13.8.4 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 13.8.5 O sorteio será realizado após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.7.1.
- 13.9 Após realização do sorteio, a Comissão de Licitação divulgará no D.O.U., a lista com os nomes dos membros titulares e suplentes da Subcomissão Técnica.
- 13.10 Os membros da subcomissão técnica guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.
- 13.11 Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade que será anexado aos autos do processo de licitação (ANEXO X).
- 13.12 A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa.

14 PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 14.1 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preço, bem como o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
- 14.2 Antes da divulgação do resultado desta Licitação CAIXA, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 14.3 A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da CAIXA, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Licitação CAIXA.

15 DA SESSÃO PÚBLICA

- 15.1 A sessão pública será iniciada no dia e hora previstos no preâmbulo deste edital.
- 15.1.1 A licitação será realizada de forma Eletrônica e não contará com utilização de Sala Virtual para realização da Sessão. O acompanhamento das atualizações sobre o Certame deverá ser realizado pelo Portal de Licitações

- 15.2 Será iniciada a recepção da Proposta Técnica Não Identificada e será verificado se estão em conformidade com as disposições deste Edital.
- 15.3 Os arquivos da Proposta Técnica Não Identificada serão conferidos em relação à nomenclatura e à integridade dos arquivos, sem avaliação do conteúdo pela Comissão de Licitação.
- 15.4 Em seguida serão adotados os seguintes procedimentos:
- a) Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, as Propostas Técnicas Não identificadas, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
 - b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas dos Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
 - c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da Ata de Julgamento dos Planos de Ação Promocional, de Planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso (ANEXO V);
 - d) Lançamento das notas da Proposta Técnica Não identificada no sistema.
- 15.5 Após lançamento das notas serão recepcionadas as Propostas Técnicas Complementares, que serão conferidos em relação à nomenclatura e à integridade dos arquivos, sem a avaliação do conteúdo.
- 15.6 Em seguida, serão adotados os seguintes procedimentos:
- a) Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos documentos da Proposta Técnica Complementar, com a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
 - b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital.
 - c) Elaboração e encaminhamento pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da Ata de Julgamento das Propostas referentes Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de Planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso (ANEXO V).
 - d) Lançamento das notas da Proposta Técnica Não identificada no sistema.
- 15.7 Se, ao examinar os conteúdos das Propostas Técnicas Não Identificadas e Propostas Técnicas Complementares, a Subcomissão Técnica constatar ocorrências que possibilitem, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Ação Promocional, a licitante será desclassificada.
- 15.8 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente.

- 15.9 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas Via não identificada e Propostas Técnicas Complementares, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitação:
- a) Inicia a etapa de Análise da Proposta Técnica Consolidada no sistema, que irá vincular as pontuações recebidas para as Propostas Técnicas Não Identificadas com as empresas responsáveis por seu envio no sistema.
 - b) Elabora a planilha geral com as pontuações atribuídas a cada Proposta, obedecendo os critérios de desempate constantes do ANEXO V;
 - c) Preenche a ordem de Classificação Técnica das licitantes no sistema;
 - d) Abre as Propostas de Preços das licitantes classificadas;
 - e) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
 - f) Solicita a documentação de habilitação das vencedoras do julgamento final da Proposta Técnica, conforme quantidade de licitantes indicada no item 8.2;
 - g) Analisa a documentação de habilitação e efetua as consultas previstas no item 10.4 para as licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas;
 - h) Analisa a conformidade dos Documentos de Habilitação das licitantes vencedoras do julgamento final das Propostas, com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
 - i) Divulga o resultado da habilitação e o resultado final desta Licitação CAIXA;
 - j) Franqueia o prazo de 1 (um) dia útil para manifestações de intenção de recursos, as quais devem ser apresentadas via sistema conforme item 11;
 - k) Abre o prazo de recursos e contrarrazões conforme previsão do item 11 deste Edital;
- 15.10 Abertas as Propostas Técnicas as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitação.
- 15.10.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais Recursos de licitantes, relativos ao Julgamento das Propostas Técnicas, Comissão de Licitação.

16 DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

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

17 DA GARANTIA CONTRATUAL

- 17.1 Os vencedores da licitação prestarão garantia de execução do contrato, equivalente a 1% (um por cento) do valor total do contrato.
- 17.2 A garantia deverá ser prestada em uma das modalidades descritas na Cláusula Décima Segunda do ANEXO VII referente à minuta do contrato como condição para assinatura do contrato:

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

18 DA FORMA DE PAGAMENTO

- 18.1 A CAIXA, após a execução dos serviços e o exato cumprimento das obrigações assumidas, efetuará o pagamento à contratada, de acordo com as condições estabelecidas na minuta de contrato (ANEXO VII).

19 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 19.1 Pela inexecução total ou parcial do contrato objeto desta licitação e/ou pelo atraso injustificado na sua execução, garantida a prévia defesa, a CONTRATADA ficará sujeita às sanções estabelecidas na minuta de contrato (ANEXO VII).

- 19.2 A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CAIXA por prazo até 2 anos definida no contrato poderá também ser aplicada à empresa ou ao profissional que:

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

- 19.3 As penalidades indicadas aplicadas pela autoridade competente da CAIXA, após regular processo administrativo e garantida a defesa prévia, serão lançadas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e devidamente publicados para manter atualizado o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS.

- 19.4 A penalidade de suspensão aplicada alcança a figura dos sócios, administradores e dirigentes.

20 DOS ILÍCITOS PENAI

- 20.1 As infrações penais tipificadas nos artigos 337-E a 337-P do Decreto-Lei nº 2.848/40 (Código Penal), aplicadas à licitação e ao(s) contrato(s), serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

21 DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

- 21.1 A soma das despesas com o contrato resultante desta Licitação está estimada em até R\$ 760.000.000,00 (setecentos e sessenta milhões de reais) para a vigência de 12 (doze) meses, e será executada de acordo com o previsto no Anexo I deste Edital.
- 21.2 As despesas decorrentes da contratação correrão à conta da dotação orçamentária prevista no compromisso registrado no SAP sob o nº 8000052795 e itens de acompanhamento orçamentário nº 5306-01 e 5306-13.
- 21.3 CAIXA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do recurso previsto.

22 DO ADIAMENTO, REVOGAÇÃO OU ANULAÇÃO DA PRESENTE LICITAÇÃO

- 22.1 A CAIXA poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, bem como adiá-la ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, sem que caiba às licitantes quaisquer reclamações ou direitos a indenização ou reembolso.
- 22.2 A anulação do procedimento licitatório induz à do contrato, e em decorrência dessa anulação as licitantes não terão direito à indenização, ressalvado o direito do contratado de boa-fé de ser ressarcido pelos encargos que tiver suportado no cumprimento do contrato.

23 DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 23.1 O contrato a ser firmado terá duração de **12** (doze) meses podendo ser prorrogado, a critério da CAIXA e com a concordância da CONTRATADA, por períodos sucessivos, até o limite permitido na Lei nº 13.303/2016.
- 23.1.1 O interesse da CONTRATADA na prorrogação contratual deve ser manifestado, por escrito, com, no mínimo, 4 (quatro) meses de antecedência do vencimento do contrato, podendo a falta de manifestação ser interpretada como desinteresse na prorrogação da relação contratual, ressalvada a possibilidade de discussão acerca de eventuais danos à CAIXA oriundos da não prorrogação.

24 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

- 24.1 A participação na presente licitação implica a concordância, por parte do licitante, com todos os termos e condições deste Edital e Anexos.
- 24.2 Os licitantes arcarão com todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de suas propostas.

- 24.3 Não será permitida a utilização do malote da CAIXA para envio dos documentos, nem sua entrega nas Agências e Escritórios de Negócios, ou outra unidade que não seja(m) a(s) indicada(s) na forma deste edital.
- 24.4 Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documentos, em substituição aos documentos requeridos no presente Edital e seus Anexos.
- 24.5 Somente serão aceitas as propostas encaminhadas pelo sistema eletrônico, conforme informação no preâmbulo deste Edital.
- 24.6 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, exceto quando explicitamente disposto em contrário.
- 24.7 Só se iniciam e vencem os prazos, incluindo horário, referidos neste Edital, em dia de expediente na CAIXA, na localidade na qual se sedia a unidade promotora do certame – CECOT/BR, em **SBS, QD 1, LT 2, Bloco L, Edifício Filial – Asa Sul, 7º Andar, Brasília/DF, CEP: 700.070-110**.
- 24.8 É facultada à Comissão ou à autoridade superior da CAIXA, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência, destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da proposta.
- 24.9 Ao final da sessão, o sistema eletrônico divulgará ata circunstanciada, na qual constará a classificação das propostas e demais informações relativas à sessão pública da Licitação CAIXA.
- 24.10 No caso de retificação do Edital que não implique em sua republicação, o credenciamento e as propostas porventura encaminhadas continuam válidos.
- 24.10.1 Havendo republicação do edital, as propostas porventura encaminhadas serão canceladas, permanecendo válido apenas o credenciamento do(s) licitante(s).
- 24.11 Os esclarecimentos acerca desta licitação serão disponibilizados no endereço eletrônico www.licitacoes.caixa.gov.br, no quadro **“Painel Geral”**, selecionar o número do certame desejado e clicar na aba **“Questionamentos”**.
- 24.11.1 O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre a Comissão e os licitantes relativo aos questionamentos, no endereço eletrônico mencionado no item 24.11.
- 24.12 É de responsabilidade do licitante o acompanhamento do processo pelo site da CAIXA, no endereço www.licitacoes.caixa.gov.br.
- 24.13 É admitida como válida a assinatura de forma eletrônica do(s) representante(s) legal(is) nos documentos apresentados para participação neste certame, utilizando Certificado Digital no padrão da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira –ICP Brasil ou Sistemas eletrônicos com senha pessoal e intransferível capaz de comprovar a autoria e a integridade dos documentos, na forma do § 2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2/2001.
- 24.13.1 Em caso de assinatura eletrônica, conforme previsão legal, o título se reveste de eficácia executiva, dispensando-se a assinatura de testemunhas.

25 DO FORO

- 25.1 Para dirimir as questões oriundas deste convênio, será competente a Seção Judiciária da Justiça Federal do Distrito Federal, na cidade de Brasília.

Brasília, 02 de abril de 2024.

Maiara Alves Barros
Presidente da Comissão de Licitação

Fábio Luiz Cardoso Neri
Membro da Comissão de Licitação

Fernanda Liz Pino de Jesus
Membro da Comissão de Licitação

ANEXO I

PROJETO BÁSICO / TERMO DE REFERÊNCIA

1 OBJETO

- 1.1 O objeto da concorrência é a contratação de 05 (cinco) empresas especializadas para a prestação serviços de publicidade que 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, para a CAIXA e para as demais empresas que integram o Conglomerado, inclusive as que vierem integrá-lo, em âmbito nacional e internacional.
- 1.1.1 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
- a) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução do contrato;
 - b) a produção e a execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;
 - c) a produção de conteúdo, a criação e execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e
 - d) formas inovadoras de comunicação criadas e desenvolvidas em consonância com novas tecnologias, visando a expansão das mensagens e das ações publicitárias.
- 1.2 Para fins desta licitação, as ações de publicidade, previstas nos **subitens 1.1 e 1.1.1**, não abrangem as ações de promoção, patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 1.2.1 Excluem-se do conceito de patrocínio acima mencionado os projetos de mídia relacionados à compra de tempos e espaços publicitários em veículos ou em plataformas de comunicação e divulgação, tais como o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento.
- 1.3 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 e Contratos da CAIXA, obedecendo os termos e as condições estabelecidas neste Edital e nas Propostas Técnicas 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 1.1**, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos/plataformas de

comunicação e divulgação, 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 1.1.1** serão realizadas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação de desempenho das campanhas publicitárias, bem como a elaboração da estratégia de comunicação da CAIXA.

2.2.1 A escolha do fornecedor especializado (empresa de pesquisa) que realizará as pesquisas será feita em acordo entre as CONTRATADAS e a CAIXA, pautada em critérios técnicos e seguindo procedimento de seleção de fornecedores, previsto no item 2.2.8.

2.2.2 A empresa de pesquisa selecionada se reportará às CONTRATADAS em relação às formalidades contratuais e orçamentárias e à CAIXA, em relação às questões técnicas referentes ao planejamento e à execução de cada projeto de pesquisa.

2.2.2.1 As CONTRATADAS não poderão conduzir a execução da pesquisa, uma vez que seu próprio trabalho será objeto de avaliação

2.2.3 As pesquisas terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CAIXA, o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, visando o planejamento de comunicação da CAIXA e/ou de campanhas publicitárias, bem como a definição da linha criativa e a elaboração de peças, além da definição do melhor mix de mídia para a CAIXA, buscando sempre definir a estratégia mais eficiente e a melhor otimização dos recursos aplicados;
- b) aferir a percepção do público sobre o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens, bem como reconhecimento da marca CAIXA;
- c) mensurar o desempenho e os resultados das peças e campanhas publicitárias, possibilitando o acompanhamento e a readaptação de estratégias (se pertinente), vedada a inclusão de matéria estranha ou sem aderência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato;
- d) definir o conceito de comunicação (proposta criativa) quanto à geração de ideias, avaliação de impacto, entendimento e credibilidade, e percepção da comunicação;
- e) monitorar as campanhas publicitárias da CAIXA e da concorrência por meio de *tracking* de comunicação.

2.2.4 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 em todos os canais previstos, 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 da CAIXA:

- I. a CAIXA poderá solicitar às CONTRATADAS, sem custo adicional, a realização de 01 (uma) pesquisas 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. a CAIXA poderá solicitar às CONTRATADAS, sem custo adicional, anualmente, a realização de pesquisas de pré-teste, para até 02 (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:
 - i. na etapa qualitativa, a realização de 06 (seis) a 10 (dez) Grupos de Discussão, presenciais (preferencialmente), podendo ser *on-line* se considerado viável pela CAIXA, conforme a necessidade, com a participação de 08 (oito) a 10 (dez) entrevistados em cada grupo, em 03 (três) a 05 (cinco) praças, por pré-teste, a critério da CAIXA;
 - ii. na etapa quantitativa, a realização de 1.200 (mil e duzentas) entrevistas em nível nacional, podendo ser *on-line* se considerado viável pela CAIXA, segmentada de acordo com a necessidade da campanha, com distribuição da amostra respeitando a divisão proporcional dos atributos do público-alvo da campanha na população, por meio de controle de cotas.
 - IV. o escopo acima definido aplica-se a campanhas com público-alvo pessoa física e/ou pessoa jurídica, inclusive nichos ou segmentos específicos desses grupos;
 - V. o escopo acima poderá ser substituído por outras técnicas de pesquisa, a critério da CAIXA, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;
 - VI. eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos incisos acima, será solicitada pela CAIXA e negociado entre as partes;
 - VII. as pesquisas de pré-teste devem ser custeadas pela agência de propaganda responsável pela campanha objeto do estudo.
- b) Avaliação de Resultados da Campanha: pesquisa realizada para verificar os resultados estratégicos de comunicação alcançados pelas campanhas e demais elementos técnicos (*recall* das peças publicitárias veiculadas, entendimento da mensagem e efetividade dos meios de comunicação):
- I. a CAIXA terá direito a solicitar a realização de pesquisa de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou superior a R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais) ou de acordo com sua conveniência;

- II. a CAIXA terá direito a solicitar, anualmente, a realização de até 05 (cinco) pesquisas de avaliação de resultados para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja inferior a R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais), de acordo com sua conveniência;
 - III. os direitos mencionados nas alíneas I e II não poderão ser transferidos ou acumulados para campanhas futuras que ainda não foram veiculadas, salvo manifesta concordância da agência;
 - IV. a pesquisa deverá ter abrangência nacional, segmentada por: Região Geográfica (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste e São Paulo); Tipo de Município (capital/região metropolitana/municípios com 400.000 [quatrocentos mil] habitantes ou mais e Interior com menos de 400.000 [quatrocentos mil] habitantes), ou conforme abrangência da campanha publicitária, cuja necessidade será definida pela CAIXA;
 - V. a pesquisa deve contemplar controle de cotas por gênero, faixa etária, escolaridade e renda mensal individual, conforme distribuição proporcional do público-alvo na população brasileira, ou conforme necessidade definida pela CAIXA;
 - VI. a metodologia a ser utilizada na pesquisa de avaliação de resultados é a quantitativa, com a realização de um total de 2.000 (duas mil) entrevistas, utilizando a técnica de coleta de dados domiciliar face-a-face e a metodologia CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*);
 - VII. as entrevistas domiciliares face-a-face poderão ser substituídas por outras técnicas de pesquisa, a critério da CAIXA, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;
 - VIII. o instrumento de coleta de dados (questionário), deve ser elaborado para aplicação em até 60 (sessenta) minutos;
 - IX. o escopo acima definido aplica-se a campanhas com público-alvo pessoa física e/ou pessoa jurídica, inclusive nichos ou segmentos específicos desses grupos;
 - X. a critério da CAIXA, as pesquisas de avaliação de resultados da campanha podem ser substituídas por uma pesquisa longitudinal de *tracking* de comunicação, a ser custeada por todas as agências, cujo objetivo será de avaliação e monitoramento das propagandas da CAIXA e da concorrência, com uma amostra mensal de 2.500 (duas mil e quinhentas) entrevistas domiciliares, utilizando a técnica de coleta de dados domiciliar face-a-face e a metodologia CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*), com o envio e a apresentação de relatórios mensais, conservando todos os demais parâmetros das pesquisas que serão substituídas;
 - XI. as pesquisas de Avaliação de Resultados da Campanha devem ser custeadas pela agência de propaganda responsável pela campanha objeto do estudo.
- c) Percepção da Publicidade: pesquisa realizada para analisar se as campanhas veiculadas pela CAIXA 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:

- I.serão realizadas até 03 (três) pesquisas de Percepção da Publicidade por ano;
 - II.as metodologias a serem utilizadas na pesquisa Percepção da Publicidade são a qualitativa, com a realização de Grupos de Discussão presenciais, com a participação de 08 (oito) a 10 (dez) entrevistados em cada grupo, respeitando o limite máximo de 30 (trinta) grupos, e a quantitativa com a realização de, no máximo de 3.000 (três mil) entrevistas domiciliares face-a-face, utilizando a metodologia CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*);
 - III.as pesquisas deverão ter abrangência nacional, podendo ser segmentadas por: Região Geográfica (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste e São Paulo); Tipo de Município (capital/região metropolitana/municípios com 400.000 [quatrocentos mil] habitantes ou mais e Interior com menos de 400.000 [quatrocentos mil] habitantes), ou conforme necessidade definida pela CAIXA;
 - IV.a pesquisa quantitativa deve contemplar controle de cotas por gênero, faixa etária, escolaridade e renda mensal individual, conforme distribuição proporcional do público-alvo na população brasileira, ou conforme necessidade definida pela CAIXA;
 - V.a pesquisa qualitativa deve ter grupos segmentados de tal forma que contemple a diversidade do público-alvo da comunicação da CAIXA, tais como gênero, faixa etária, escolaridade, renda, segmentos de clientes, conforme necessidade definida pela CAIXA, permitindo a comparação entre os diferentes grupos;
 - VI.as pesquisas quantidades de grupos e/ou entrevistados, bem como as técnicas utilizadas, poderão ser substituídas, a critério da CAIXA, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;
 - VII.eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos itens acima, será solicitada pela CAIXA e negociado entre as partes;
 - VIII.as pesquisas de Percepção da Publicidade devem ser custeadas, de forma rateada, pelas 05 (cinco) agências de propaganda contratadas.
- 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:
- I.poderão ser realizadas até 03 (três) pesquisas por ano, a serem demandadas pela CAIXA, independente de valor envolvido na campanha ou fase componente de uma campanha;
 - II.a metodologia a ser utilizada será a qualitativa, com a realização de Grupos de Discussão presenciais, com a participação de 08 (oito) a 10 (dez) entrevistados em cada grupo, respeitando o limite máximo de 10 (dez) grupos, e a quantitativa com a realização de até 1.200 (mil e duzentas) entrevistas domiciliares face-a-

face, utilizando a metodologia CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*);

III.as pesquisas deverão ter abrangência nacional, podendo ser segmentadas por: Região Geográfica (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste e São Paulo); Tipo de Município (capital/região metropolitana/municípios com 400.000 [quatrocentos mil] habitantes ou mais e Interior com menos de 400.000 [quatrocentos mil] habitantes), ou conforme necessidade definida pela CAIXA;

IV.a pesquisa quantitativa deve contemplar controle de cotas por gênero, faixa etária, escolaridade e renda mensal individual, conforme distribuição proporcional do público-alvo na população brasileira, ou conforme necessidade definida pela CAIXA;

V.a pesquisa qualitativa deve ter grupos segmentados de tal forma que contemple a diversidade do público-alvo da comunicação da CAIXA, tais como gênero, faixa etária, escolaridade, renda, segmentos de clientes, conforme necessidade definida pela CAIXA, permitindo a comparação entre os diferentes grupos;

VI.as quantidades de grupos e/ou entrevistados, bem como as técnicas utilizadas, poderão ser substituídas, a critério da CAIXA, respeitada a proporcionalidade de custo entre as técnicas;

VII.eventual necessidade de alteração técnica do escopo pré-definido nos itens acima, será solicitada pela CAIXA e negociado entre as partes;

VIII.as pesquisas de Geração de Conhecimento para Ações de Publicidade devem ser custeadas, de forma rateada, pelas 05 (cinco) agências de propaganda contratadas.

2.2.5 Tanto as pesquisas qualitativas quanto as quantitativas devem prever, pelo menos, uma apresentação presencial em Brasília/DF (podendo ser realizada de forma virtual, via Microsoft Teams, a critério da CAIXA, quando esta considerar mais conveniente) e duas com apresentação virtual, via Microsoft Teams;

2.2.5.1 Todos os relatórios e todas as apresentações produzidos devem ser elaborados em consonância com a identidade corporativa da CAIXA, considerando o modelo da apresentação em PowerPoint, cujo Manual de identidade visual será disponibilizado às CONTRATADAS.

2.2.6 A empresa de pesquisa contratada ficará responsável pela realização das pesquisas, descritas nas alíneas ‘a’, ‘b’, ‘c’ e ‘d’ do subitem 2.2.4, durante a vigência contratual, podendo acompanhar eventual renovação desta, para um melhor aproveitamento do histórico das informações levantadas nas análises dos resultados e para uma execução mais ágil das pesquisas.

2.2.6.1 Nos meses subsequentes, a critério da CAIXA, o contrato com o instituto de pesquisa poderá ser renovado.

2.2.7 Qualquer intenção de alteração da empresa de pesquisa, a pedido das CONTRATADAS, deverá ser informada à CAIXA, com um prazo mínimo de 02 (dois)

meses do final do contrato vigente com a empresa, para sua análise e eventual anuência.

- 2.2.7.1 Caso haja concordância da CAIXA com a alteração, deverá ser iniciado novo processo de seleção de fornecedor especializado, tal como disposto no **subitem 2.2.1**.
- 2.2.8 A cotação de preços e a seleção dos fornecedores especializados para realização dos serviços de pesquisa deverá ser realizada por meio do Sistema de Disponibilização de Referências – SIREF, disponibilizado pela SECOM/PR avaliando empresas capacitadas técnica e operacionalmente para a realização de pesquisa a empresas do porte da CAIXA.
- 2.3 Durante a execução contratual, não há impedimento de que as CONTRATADAS proponham estratégias de comunicação integrada, abrangendo, além do esforço publicitário, ações em outras ferramentas de comunicação, ficando a implementação dessas ações a critério da CAIXA, no âmbito dos respectivos contratos.
- 2.4 Os serviços serão prestados por agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica.
 - 2.4.1 O certificado de qualificação técnica poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
- 2.5 As agências contratadas não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos no objeto desta contratação.
- 2.6 As agências contratadas atuarão por conta e ordem da CAIXA, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, que trata da contratação de fornecedores de serviços especializados para a execução das atividades complementares descritas no **subitem 1.1.1** e de veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.
- 2.7 As agências contratadas atuarão conforme solicitação da CAIXA, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame e não terão exclusividade em relação a nenhum dos serviços e das atividades complementares previstas nos **subitens 1.1 e 1.1.1**, respectivamente.
- 2.8 Os serviços prestados pelas CONTRATADAS, objeto deste contrato, serão avaliados pelo CONTRATANTE pelo menos dois meses antes do encerramento de cada período contratual.
- 2.9 Para a execução dos serviços objeto deste contrato, haverá procedimento de seleção interna entre as agências contratadas, conforme disposições constantes da Lei nº 13.303/2016 e metodologia publicada no site www.caixa.gov.br, nas páginas: Acesso à informação – Investimentos em Marketing – Investimentos em Publicidade.

- 2.9.1 A metodologia poderá ser alterada, a critério da CAIXA, seguindo os preceitos legais de divulgação, bem como de comunicação formal para as CONTRATADAS.
- 2.10 As agências contratadas deverão seguir as orientações legais publicadas pela Secretaria da Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), através de Portarias e/ou Instruções Normativas, às quais, quando aplicável, serão aditadas nos contratos.
- 2.11 Os serviços serão prestados de acordo com a necessidade da CAIXA em todo o território nacional e em mercados internacionais de interesse de atuação da empresa.

3 REQUISITOS E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

3.1 Requisitos para a Execução dos Serviços

- 3.1.1 As CONTRATADAS deverão comprovar em, no máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, sob pena de rescisão e eventual aplicação de penalidades contratualmente previstas, que possuem em Brasília/DF estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CAIXA, no mínimo pelos seguintes profissionais, que possuam as respectivas qualificações:
- a) 01 (um) Diretor Geral: possuir pós-graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos em gestão de equipes;
 - b) 01 (um) Diretor de Planejamento e Pesquisa: possuir graduação e experiência comprovada, de no mínimo 08 (oito) anos, em planejamento de comunicação e *marketing*;
 - c) 01 (um) Diretor de Atendimento e Relacionamento: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos, em atendimento publicitário;
 - d) 01 (um) Diretor de Produção (peças *on-line* e *off-line*): possuir experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos em produção;
 - e) 01 (um) Diretor *Business Intelligence* - BI: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 05 (cinco) anos na atividade de *Business Intelligence* – BI, com análise e tratamento de dados de mídia *on-line*;
 - f) 01 (um) Diretor de Mídia: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos em planejamento e execução de mídia *on-line* e *off-line*;
 - g) 01 (um) Profissional de Mídia *off-line*: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos em planejamento e execução de mídia *off-line*;
 - h) 01 (um) Profissional de Mídia *on-line*: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos em planejamento e execução de mídia *on-line*;
 - i) 01 (um) Profissional de Planejamento de mídia digital: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos em planejamento e execução de mídia digital;

- j) 01 (um) Diretor de Criação: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 08 (oito) anos na direção de criação publicitária.
- 3.1.2 As CONTRATADAS deverão, ainda, manter em seu quadro de atendimento à CAIXA, não necessariamente alocados em Brasília/DF no mínimo os seguintes profissionais de comprovada capacitação técnica e experiência no mercado, para a execução dos serviços objeto deste contrato:
- a) 01 (um) Profissional de Planejamento e Pesquisa: possuir graduação e experiência comprovada, de, no mínimo, 04 (quatro) anos em planejamento de comunicação e *marketing*;
 - b) 04 (quatro) Profissionais de Atendimento: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos, em atendimento publicitário (*on-line* e *off-line*);
 - c) 05 (cinco) Profissionais de Produção (peças *on-line* e *off-line*): possuir experiência comprovada de, no mínimo, 04 (anos) anos em produção;
 - d) 02 (dois) Profissionais de *Business Intelligence* - BI: possuir experiência comprovada de, no mínimo, 03 (três) anos na atividade de análise e tratamento de dados de mídia *on-line*;
 - e) 02 (dois) Profissionais de Mídia *off-line*: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos em planejamento e execução de mídia *off-line*;
 - f) 02 (dois) Profissionais de Mídia *on-line*: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos em planejamento e execução de mídia *on-line*;
 - g) 01 (um) Profissional de *Community Manager*: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 01 (um) ano em construção, gerenciamento e engajamento de comunidades *on-line* e *off-line*;
 - h) 01 (uma) Dupla de Criação: possuir graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos na criação/redação publicitária;
 - i) 02 (duas) Duplas de Criação para Redes Sociais: possuir experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos na criação/redação para publicidade *on-line*.
- 3.1.3 As CONTRATADAS devem se adequar às ferramentas de comunicação utilizadas pela CAIXA, de preferência aplicativos e *softwares* que compõem o pacote Microsoft 365, como Outlook, Teams, OneDrive ou nuvem acessível pela CAIXA para transferência de arquivos, dentre outros.
- 3.1.4 Os profissionais alocados em escritórios fora de Brasília/DF deverão estar disponíveis para realizar reuniões com a CAIXA via audioconferência, videoconferência ou presenciais, conforme conveniência e necessidade da CAIXA, com recursos a serem disponibilizados pelas CONTRATADAS.
- 3.1.5 A seu critério, as CONTRATADAS poderão utilizar-se da sua matriz ou de seus representantes em outros estados, para atividades de criação, de produção, serviços complementares ou acessórios, que venham a ser necessários desde que garantidas

a qualidade e a celeridade na prestação de serviço, além de outras condições previstas.

3.1.6 As CONTRATADAS devem manter, à frente dos serviços, representantes credenciados, os quais serão responsáveis pela direção dos serviços contratados.

3.1.7 As CONTRATADAS se comprometem a utilizar os profissionais indicados nos **itens 3.1.1 e 3.1.2** na elaboração dos serviços objeto deste contrato.

3.1.7.1 Caso a substituição de qualquer profissional se faça necessária ao longo da vigência deste contrato, as CONTRATADAS deverão apresentar currículo resumido com comprovação de experiência equivalente ou superior à exigida na contratação, para prévia aprovação do CONTRATANTE.

3.1.8 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:

- a) Gerenciamento de Dados de Pesquisas: banco de dados e ferramenta de gestão do histórico de pesquisas, e respectivos 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;
- c) Gerenciamento de Demandas de Produção: ferramenta tecnológica de apoio à produção, com controles das atividades de especificação técnica, aprovação de custos, autorização da produção das peças e/ou materiais publicitários a serem produzidos, aprovação das peças produzidas e trâmite de documentos de faturamento, no âmbito da vigência contratual;
- d) Gerenciamento de Demandas de Mídia: ferramenta tecnológica de apoio à aprovação de planos de mídia, revisões e versionamento de planos de mídia, ateste de execução de mídia e trâmite de documentos de faturamento a serem produzidos no âmbito da vigência contratual;
- e) Banco de Imagem: banco de dados ou repositório em nuvem com fotos e vídeos com licença do tipo “royalty free” devidamente licenciadas para uso comercial da CAIXA, para utilização em ações e campanha publicitárias durante a vigência contratual.

3.1.8.1 A execução dos referidos serviços poderá, a critério das CONTRATADAS e com a devida anuência da CAIXA, ser delegada ao Núcleo de Apoio à CAIXA (NAC).

3.1.8.2 A CAIXA é a proprietária de todas as peças publicitárias, materiais e dados de pesquisas, planos de mídia, relatórios e quaisquer outros ativos produzidos no âmbito do contrato e deverá ter acesso irrestrito aos mesmos, que deverão ser integralmente disponibilizados, em meio físico e/ou digital, ao final do contrato.

3.1.8.3 As CONTRATADAS poderão atuar conjuntamente com outros prestadores de serviços de comunicação (promoção, comunicação digital, comunicação institucional,

comunicação pública, dentre outros) contratados pelo CONTRATANTE, com vistas à implementação de ferramenta unificada, cuja proposta de implementação e manutenção conjunta deverá ser aprovada pela CAIXA.

- 3.1.9 O Gerenciador de Dados de Pesquisas, previsto na alínea “a” do **subitem 3.1.8** deverá observar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e demais normas vigentes, inclusive sobre ética em pesquisa, regulamentadas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).
- 3.1.9.1 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*.
- 3.1.9.2 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.
- 3.1.9.3 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.
- 3.1.9.4 Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 90 (noventa) dias para apresentar e 180 (cento e oitenta) dias para implementar a ferramenta, cujos custos de desenvolvimento, aquisição no mercado, implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.
- 3.1.10 O Gerenciamento da Memória da Propaganda, previsto na alínea “b” do **subitem 3.1.8** deverá prever 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.
- 3.1.10.1 As CONTRATADAS deverão manter, durante o período mínimo de 05 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso
- 3.1.10.2 Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 90 (noventa) dias para apresentar e 180 (cento e oitenta) dias para implementar a ferramenta, cujos custos de desenvolvimento, aquisição no mercado, implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.
- 3.1.10.3 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 da CAIXA, e poderá, a seu critério, ser incorporado aos sistemas corporativos do CONTRATANTE.

3.1.10.4 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, bem como zelar pela integridade e sigilo de informações no decorrer do contrato com o fornecedor.

3.1.10.5 O Gerenciamento da Memória da Propaganda deverá permitir a pesquisa/busca das peças por diversos critérios, como categoria, campanha, nome da peça, tipo, período de veiculação, mídias associadas, responsável pela criação, descrição e respectivas datas de validade. contemplando:

- a) perfis de acesso: deve conter perfis de acesso com níveis de permissões para diferentes funções, tais como: permissão para *upload*, permissão para consultas com uso de critérios simultâneos, visualização e permissão para *download* das peças;
- b) controle de acesso: registro dos acessos e histórico de consultas;
- c) performance: estrutura dimensionada para suporte a grandes volumes de dados, com confiabilidade e disponibilidade;
- d) acesso multiplataforma: a ferramenta deve ser totalmente acessível e funcional em plataformas *desktop* e dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*);
- e) acervo: no prazo de 30 (trinta) dias após o término do contrato deverá ser entregue banco de dados com conteúdo completo existente no acervo, incluindo as imagens dos materiais produzidos, sejam embarcadas no banco de dados ou disponibilizadas em nuvem compatível com os acessos do CONTRATANTE;
- f) código: deverá ser entregue, ao final do contrato, o código fonte e documentos de especificação da ferramenta para possibilitar leitura, utilização, desenvolvimento e implantação posterior pela CAIXA, em ambiente interno ou externo.

3.1.11 O Gerenciamento de Demandas de Produção, previsto na alínea “c” do **subitem 3.1.8** 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, representantes legais e demais informações essenciais);
 - II.movimento mensal (financeiro - porte);
 - III.detalhamento das contratações, com quantidade e custos unitários e totais 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 descrito integralmente.

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), contendo os dados do fornecedor, etc.);
- II. emissão de relatórios mensais, semestrais e ao final de cada ano, relativos ao investimento, analíticos e sintéticos, por tipo;
- III. controle da emissão de faturas e/ou notas fiscais e pagamentos realizados.

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 impositação de comentários, troca de informações e campo de autorização;
- V. relatório semanal de acompanhamento do andamento dos trabalhos.

3.1.11.1 Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 30 (trinta) dias para apresentar e 90 (noventa) dias para implementar a ferramenta, cujos custos de desenvolvimento, aquisição no mercado, implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.

3.1.11.2 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 da CAIXA e poderá, a seu critério, ser incorporado aos sistemas corporativos do CONTRATANTE.

3.1.11.3 Após modelada a ferramenta, as CONTRATADAS deverão realizar treinamento para os usuários, tanto da CAIXA como das próprias CONTRATADAS, de forma a possibilitar o uso adequado da ferramenta.

3.1.11.4 A CAIXA poderá, a qualquer tempo, utilizar ferramenta própria de gestão e controle de produção, comunicando as CONTRATADAS, com antecedência de 30 (trinta) dias, para a adoção das medidas necessárias para a migração das informações da ferramenta em utilização.

3.1.11.5 A CAIXA poderá acessar todos os dados da ferramenta, inclusive fazer download de qualquer documento e mídia, bem como solicitar a emissão de relatórios por ela disponibilizados.

- 3.1.11.6 As CONTRATADAS se obrigam 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.
- 3.1.11.7 As CONTRATADAS deverão providenciar a hospedagem da ferramenta de Gerenciamento de Demandas de Produção em ambiente seguro e, caso ocorra indisponibilidade, as CONTRATADAS se comprometem a manter a prestação dos serviços, ainda que em outros sistemas, se necessário.
- 3.1.11.8 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, bem como zelar pela integridade e sigilo de informações no decorrer do contrato com o fornecedor.
- 3.1.12 O Gerenciamento de Demandas de Mídia, previsto na **alínea “d”** do **subitem 3.1.8** tem por objetivo gerenciar as etapas operacionais de mídia, utilizando como referência os seguintes parâmetros:
- a) controle de orçamento de mídia, contendo:
 - I. controle de investimento por meio, veículo, campanhas e projetos;
 - II. emissão de relatórios diários, semanais, mensais, semestrais e ao final de cada ano, relativos ao investimento, analíticos e sintéticos, por tipo;
 - III. controle da emissão de faturas e/ou notas fiscais e pagamentos realizados.
 - b) gestão da mídia:
 - I. entrada de demandas de campanhas e ações de comunicação, por meio de formulário de *briefing*, ou projetos de mídia;
 - II. controle de trabalhos, cronograma das etapas do processo, convite e ata de reuniões, alerta de atrasos;
 - III. compartilhamento de arquivos digitais, em mão dupla entre as CONTRATADAS e a CONTRATANTE, sem limite de tamanho e formatos;
 - IV. envio de Planos de Mídia 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;
 - VI. repositório com as versões dos Plano de Mídia até sua homologação, bem como suas versões revisadas e respectivo controle de ateste.
- 3.1.12.1 Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 30 (trinta) dias para apresentar e 90 (noventa) dias para implementar a ferramenta, cujos custos de

desenvolvimento, aquisição no mercado, implementação e manutenção deverão ser por elas arcados.

3.1.13 O Banco de Imagem, previsto na **alínea “e”** do **subitem 3.1.8** deverá ser mantido e disponibilizado pelas CONTRATADAS à CAIXA, possibilitando 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).

3.1.13.1 Após a assinatura do contrato, as CONTRATADAS terão 30 (trinta) dias para disponibilizar o Banco de Imagens contratado.

3.1.14 As CONTRATADAS devem providenciar documentos de liberações, licenças, permissões e/ou autorizações que lhes permitam a utilização de fotografias, materiais visuais e fonográficos, artes ou qualquer bem tangível, na execução e divulgação dos serviços contratados, responsabilizando-se pela fiel observância dos limites fixados nos documentos mencionados.

3.1.14.1 As CONTRATADAS responderão por qualquer ação judicial, movida por terceiros, com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste certame.

3.1.15 Toda comunicação da CAIXA tem princípios e diretrizes definidos na Política Institucional CAIXA que devem ser seguidos também pelas CONTRATADAS.

3.1.16 Toda comunicação da CAIXA deve utilizar recursos de acessibilidade na publicidade para ampliar a abrangência da mensagem e o direito à informação a todas as pessoas.

3.1.17 O prazo para entrega de serviços e peças (*off-line* e *on-line*) será definido pela CAIXA no *briefing* da solicitação/campanha, considerando a urgência e a complexidade da demanda.

3.1.17.1 Poderão ser encaminhadas solicitações emergenciais, sendo que os prazos de entrega deverão ser acordados entre a CAIXA e as CONTRATADAS.

3.1.17.2 A recusa ou solicitação de ajustes de qualquer serviço, inclusive de veiculação e distribuição, por parte da CAIXA não implicará na dilação do prazo de entrega, salvo com sua expressa concordância.

3.1.18 As CONTRATADAS devem apresentar estratégia de campanha e plano de mídia de forma a contemplar uma visão integrada dos meios (eletrônicos, audiovisuais, impressos e digitais), ressaltando a coerência do conceito criativo e da linha visual, com as adequações para cada tipo de peça, formato e meio, a serem adotadas na comunicação.

3.1.18.1 As campanhas publicitárias para ambiente digital devem obedecer às diretrizes da CAIXA, com aproveitamento de recursos de divulgação, publicidade e de prestação

de serviços facilitados e viabilizados pelo advento da tecnologia de comunicação de dados por meio digital, visando interatividade, personalização, globalização, integração, aproximação, convergência, acessibilidade e democratização da informação.

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

3.1.20 As recomendações que implicam em ajustes na estratégia de mídia ou em novas peças *on-line* devem ser implementadas tempestivamente, assim que autorizadas pela CAIXA, e dentro do período de veiculação definido, a fim de garantir os objetivos estabelecidos pela CAIXA a cada campanha.

3.1.20.1 No caso de necessidade de ajustes no todo ou em parte de qualquer serviço, inclusive de veiculação e distribuição, originários de não-adequação do serviço apresentado pelas CONTRATADAS à demanda realizada pela CAIXA, as CONTRATADAS deverão adotar imediatamente as providências necessárias para sua plena regularização a suas expensas.

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

- a) os honorários das CONTRATADAS e as obrigações contratuais por elas já assumidas junto a terceiros, desde que a contratação de fornecedores tenha sido devidamente aprovada pela CAIXA;
- b) os serviços realizados até a data das citadas hipóteses, efetivamente comprovados, e que esses serviços não tenham sido a causa daquelas eventuais ocorrências.

3.1.21 As CONTRATADAS deverão monitorar a publicidade das instituições financeiras concorrentes apresentando, mensalmente, relatórios com informações quantitativas e qualitativas, valores investidos, bem como apresentar estudos relativos à utilização de mídias inovadoras e alternativas.

3.2 Procedimentos Operacionais de Mídia

3.2.1 As CONTRATADAS deverão comprovar, no prazo de até 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, sob pena de rescisão e eventual aplicação de penalidades contratualmente previstas, que detém as ferramentas/funcionalidades listadas abaixo, as quais devem ser colocadas à disposição do CONTRATANTE, bem como se compromete a designar os profissionais capacitados para operá-las:

- a) Multimeios:
I. analisar e compreender os hábitos e atitudes de como o consumidor pensa, compra, assiste e se conecta em 15 (quinze) mercados brasileiros, *Target Group Index*, similar ou de superior qualidade;

II.monitorar mensalmente o investimento publicitário e desempenho de marcas, anunciantes e categorias de produtos nos principais veículos de comunicação do país. *Monitor Evolution*, similar ou de superior qualidade;

III.otimizar o planejamento estratégico de comunicação, avaliando quantas pessoas do público-alvo serão influenciadas (alcance influente) e não apenas cobertas (alcance líquido), permitindo uma visão holística de todo o processo de planejamento de mídia. *Commspoint Planning*, similar ou de superior qualidade.

b) TV:

I.analisar o comportamento das audiências e embasar a programação de mídia. *Instar Analytics*, similar ou de superior qualidade;

II.otimizar de forma integrada e intuitiva o planejamento de televisão. *Instar Planning*, similar ou de superior qualidade;

III.utilizar ferramenta específica de monitoramento e análises de consumo de vídeo e plataformas de *streaming*. *Cross Platform View*, similar ou de superior qualidade.

c) Rádio:

I.analisar o comportamento das audiências e embasar a programação de mídia. *Easymedia*, similar ou de superior qualidade;

II.otimizar de forma integrada e intuitiva o planejamento de rádio. *Instar Rádio*, similar ou de superior qualidade.

d) OOH/DOOH:

I.utilizar 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. *Geofusion*, similar ou de superior qualidade.

e) Jornal/Revista:

I.fornecer serviços de auditoria e informação para edições impressas e digitais, além de inventários de OOH. IVC, similar ou de superior qualidade.

f) Internet:

I.mensurar o tráfego recebido por diversas propriedades na internet, como portais, verticais, redes sociais, vídeos e outras, fornecendo dados para o entendimento de potencial de impacto e coberturas das diversas presenças digitais. *Comscore*, similar ou de superior qualidade.

3.2.2 Para os serviços especializados previstos no **item 1.1.1 alínea "c"**, as CONTRATADAS deverão implementar o uso de:

a) 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) execução e acompanhamento tempestivo de estratégias de mídia e de performance;

- c) *social listening* e 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.
- 3.2.3 As CONTRATADAS obrigam-se a apresentar relatórios periódicos de gerenciamento de internet, oferecendo acesso a um painel de visualização – conhecido no mercado como “*dashboard*” – para o monitoramento em tempo real a ser realizado pelas equipes da CONTRATADA, com acesso e supervisão da CAIXA, das veiculações e ações publicitárias digitais, incluindo redes sociais, oferecendo a combinação analítica entre as plataformas escolhidas em parceria com a CAIXA, como AFA, *Google Analytics*, *Looker*, *Power BI*, arquivos CSV, DFA, *Adwords*, entre outros.
- 3.2.4 Obrigam-se também a apresentar relatórios analíticos ou relatórios de gerenciamento das veiculações que apresentam outras métricas como alcance, usuários únicos, frequência, cobertura, cliques únicos, tempo de exposição (*viewability*), taxa de rejeição (*bounce rating*), além de análises técnicas de desempenho de peças (formatos e criativos mais eficientes), variação de custos de canais de mídia (CPC, CPV, CPM, entre outros), impressão, assim como análise de navegação do usuário no site para o qual é direcionado após o clique.
- 3.2.4.1 A CAIXA definirá a quantidade e o momento de apresentação dos relatórios.
- 3.2.4.2 Outros relatórios com os dados numéricos, sem análise ou com análises mais simples dos dados, poderão ser solicitados a qualquer momento pela CAIXA.
- 3.2.5 O serviço de gerenciamento de internet compreende a otimização e acompanhamento de processos – disponibilização, verificação da implementação e aferição dos códigos e impressões – controle de entrega, acompanhamento de entregas acima ou abaixo do planejado ao longo do período da campanha, com objetivo de cumprir o planejado para a campanha.
- 3.2.6 O serviço de gestão da *performance* digital também deve viabilizar a geração de conhecimento sobre o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as ações de comunicação entre outros serviços como:
- a) a hospedagem de formatos e informações de diversos canais digitais e hospedagem de peças acima do peso permitido pelos veículos;
 - b) aplicação de códigos nas peças e *post tag* – código implementado no portal do cliente que dispara um registro quando o usuário que foi impactado pela campanha carregar a página, gerando dados sobre os hábitos de navegação;
 - c) a mensuração das impressões visualizadas dos usuários com identificação de quais sites apresentaram dispersão de mídia ou tráfego não humano (*Viewability*);
 - d) verificação e bloqueio dos sites que contenham conteúdos inadequados com os quais não há interesse da CAIXA em estar associada (*Blocklist*), sendo necessário reporte das “url” onde as peças foram divulgadas;

- e) execução de filtros para verificação de conteúdos inadequados definidos pela CAIXA para bloqueio e garantia de veiculação segura das peças de comunicação em ambientes adequados e sadios para a marca (*Brand Safety*);
- f) distribuição correta de conceitos criativos de acordo com as tarefas/eventos cumpridos pelos usuários com objetivo de impactá-los pela segunda ou mais vezes por meio de peça de comunicação dirigida baseando-se no histórico de navegação desses usuários (*Retargeting*);
- g) utilização das informações das DMPs, por meio de *clusters* (segmentos) específicos dentro de uma rede customizada, disponibilizando a indicação de uma programação com maior adequação às necessidades de cada campanha (DSPs – *Demand-side Platform/Plataforma de Demanda*);
- h) adaptação automática dos conteúdos das peças de acordo com o contexto ou perfil do usuário, considerando diferentes dados dos consumidores, como localização, dispositivo utilizado, histórico de navegação e compra através de *templates* criados em *javascript* ou HTML5 (Criativo Dinâmico).

4 NÚCLEO DE APOIO À CAIXA - NAC

- 4.1 As CONTRATADAS, em conjunto, deverão manter em Brasília/DF, sem custos adicionais à CAIXA, um Núcleo de Apoio à CAIXA (NAC), sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos, que contemplará atividades relacionadas à (i) Mídia, (ii) Produção e (iii) *Business Intelligence*.
- 4.2 O NAC 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, execução, acompanhamento, monitoramento, segurança da marca e controle de resultados de ações publicitárias.
- 4.3 Normas de Funcionamento:
 - 4.3.1 O NAC funcionará sob as orientações técnicas do CONTRATANTE, mediante tratativas entre os prepostos responsáveis, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre as CONTRATADAS e o CONTRATANTE:
 - a) o NAC deverá funcionar durante o período de vigência dos contratos;
 - b) o NAC não poderá deflagrar nenhum ato ou ação, sem a prévia autorização do CONTRATANTE, exceto aqueles que já compõem sua rotina de procedimentos operacionais;
 - c) o NAC deve controlar as autorizações efetuadas pela CAIXA às CONTRATADAS e registrá-las, conforme orientações da CAIXA;
 - d) a programação de mídia, bem como qualquer comprometimento de despesa em nome da CAIXA, será previamente submetida à aprovação da CAIXA;
 - e) a contratação de produção de peças, bem como qualquer comprometimento de despesa em nome da CAIXA, será previamente submetida à aprovação da CAIXA;

- f) o desempenho do Núcleo de Apoio será avaliado, pelo menos uma vez a cada doze meses, pela CAIXA. No caso de eventual desvio em suas atribuições, as correções serão feitas em comum acordo com as CONTRATADAS.

4.4 Organização Administrativa:

- a) o NAC deverá ter infraestrutura operacional adequada e funcionários qualificados, contratados e mantidos pelas CONTRATADAS,
- b) o quantitativo e qualificação do quadro de profissionais do NAC deve estar adequado ao nível de complexidade da execução das suas atividades, ao volume de demandas e à qualidade dos entregáveis relacionados à execução publicitária do CONTRATANTE;
- c) o NAC 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;
- d) os encargos decorrentes da montagem e do funcionamento do NAC serão assumidos pelas CONTRATADAS, não cabendo qualquer repasse da CAIXA;
- e) o Núcleo de Apoio será composto pelas seguintes células: (i) Mídia, (ii) Produção e (iii) *Business Intelligence*.

4.4.1 O Diretor e os Gerentes do NAC deverão ser alocados em espaço físico cedido pelas CONTRATADAS, em Brasília/DF.

4.4.1.1 A CONTRATANTE, a seu critério, poderá ceder espaço em suas dependências para instalação (total ou parcial) do NAC.

4.4.2 A exceção do Diretor do NAC e dos Gerentes das células, os demais profissionais do NAC poderão atuar de forma remota, desde que com anuência da CAIXA e que não haja prejuízo ao adequado andamento de suas atividades e à qualidade de seus entregáveis.

4.4.3 O NAC deverá manter estrutura compatível com as melhores práticas do mercado e que atendam às necessidades de comunicação da CONTRATANTE.

4.4.4 É de responsabilidade das CONTRATADAS disponibilizar para o NAC as ferramentas e sistemas necessários para que este possa construir estudos estratégicos para auxiliar a CONTRATANTE no monitoramento, controle e execução de sua estratégia integrada de comunicação.

4.5 **Funções e Quadro de Profissionais**

4.5.1 A gestão do Núcleo de Apoio à CAIXA será feita por um Diretor de Núcleo, responsável pelo controle e centralização das células, com graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 06 (seis) anos em gestão, designado exclusivamente para essa função.

4.5.2 Todos os profissionais que atuarem na execução do contrato devem ter amplo conhecimento e domínio no desempenho de suas funções e nas inovações que os meios de comunicação oferecem aos anunciantes.

4.5.3 A Célula de Mídia terá a função de:

- a) assessorar a CAIXA e as CONTRATADAS no que diz respeito à análise, planejamento, autorização e acompanhamento da veiculação de publicidade da CAIXA;
- b) desenvolver estudos técnicos com vistas a evidenciar tendências de mídia;
- c) assessorar as CONTRATADAS no controle das atividades e conformidade dos processos de veiculação em mídia da CAIXA;
- d) consolidar, mensalmente, ou na periodicidade que se fizer necessária, relatórios de mídia das CONTRATADAS e repassá-los à CAIXA;
- e) dispor e manter atualizado um banco de dados relativo aos veículos de comunicação, caso este serviço deixe de ser provido pela ferramenta Mídia Web da SECOM;
- f) disponibilizar informações necessárias para negociação com veículos de divulgação, ou, se assim a CAIXA determinar, negociar diretamente, repassando todas as condições negociadas;
- g) controlar os espaços adquiridos dos veículos e apresentar relatório mensal ou em periodicidade que se fizer necessária à CAIXA, com acompanhamento dos espaços e das inserções utilizadas e das previstas;
- h) apresentar, mensalmente, ou na periodicidade que se fizer necessária, relatório referente ao saldo dos espaços disponíveis de cada veículo;
- i) acompanhar o processo de aquisição de projetos de mídia, desde sua avaliação, aprovação, conformidade junto à SECOM e monitoramento de entregas, enviando à CAIXA eventuais adequações necessárias, bem como a emissão de relatórios finais, em conjunto com as CONTRATADAS, para encerramento dos projetos;
- j) acompanhar, monitorar e avaliar o desempenho da publicidade a fim de readequá-la as boas práticas e parâmetros de performance estipulados;
- k) avaliação do desempenho das campanhas publicitárias e apresentação dos resultados alcançados;
- l) manter histórico de investimentos nos veículos;
- m) manter histórico dos planos de mídia executados;
- n) fornecer à CAIXA, mensalmente, ou em periodicidade que se fizer necessária, informações financeiras consolidadas de campanhas e dados sobre a evolução da execução do contrato de cada agência de propaganda;
- o) auxiliar a CAIXA no controle e segregação das verbas orçamentárias destinadas à veiculação publicitária;

- p) conferir os planos de mídia das Agências quando do encaminhamento para aprovação da CAIXA: tabela, descontos e qualificação da pessoa jurídica do veículo (CNPJ e nome empresarial);
- q) participar de reuniões para disponibilizar informações necessárias que subsidiem as análises e as decisões da CAIXA e das CONTRATADAS;
- r) assessorar a CONTRATANTE na interlocução junto a representantes de veículos de comunicação que atendam ou pretendam atender a CONTRATANTE.

4.5.4 A Célula de Mídia contará com, no mínimo, o seguinte quadro de profissionais, que poderá ser reformulado em função das necessidades da CAIXA:

- a) 02 (dois) Gerentes de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 05 (cinco) anos na execução de mídia *off-line* e *on-line*;
- b) 04 (quatro) Supervisores de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 04 (quatro) anos, na execução de mídia *off-line* e *on-line*;
- c) 04 (quatro) Coordenadores de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na execução de mídia *off-line* e *on-line*;
- d) 04 (quatro) Assistentes de Mídia: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, na execução de mídia *off-line* e *off-line*;
- e) 01 (um) Supervisor de Segurança da Marca: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 04 (quatro) anos, na execução de mídia e/ou *Brand Safety* e observância à Lei Geral de Proteção de Dados;
- f) 01 (um) Coordenador de Segurança da Marca: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na execução de mídia e/ou *Brand Safety* e observância à Lei Geral de Proteção de Dados.

4.5.5 A Célula de Produção terá a função de:

- a) assessorar as CONTRATADAS no controle das atividades e conformidade dos processos de produção de publicidade da CAIXA;
- b) controlar a gestão da produção publicitária assessorando nas análises globais, os esforços das CONTRATADAS, os orçamentos e fornecedores apresentados pelas CONTRATADAS, incluindo a conferência detalhada das propostas de produção e orçamentos decupados;
- c) manter banco completo e atualizado das informações dos investimentos realizados pela CAIXA em produção, classificados por ação de comunicação e/ou campanha, tipo de publicidade, tipos e quantidades de peças produzidas, período de produção e validade;
- d) organizar e gerir um banco de fornecedores, gastos e orçamentos de produção, contendo todas as informações detalhadas do processo de produção das ações publicitárias, utilizando estas informações históricas como referências de preços e decupagem, sem prejuízo às consultas em demais fontes oficiais, como o Sistema de

Disponibilização de Referências – SIREF, disponibilizado pela SECOM/PR, para auxiliar na avaliação dos orçamentos apresentados pelas CONTRATADAS para itens de produção, além de gerar relatórios periódicos ao CONTRATANTE sobre os investimentos realizados, nos níveis e detalhamento por ele solicitados;

- e) realizar conferência prévia e detalhada dos documentos de pagamento de produção (atesto, notas fiscais, cartas de justificativas, enquadramentos legais, cartas de prorrogação e outros documentos acessórios, além da comprovação da produção da peça e respectiva aprovação) para envio à CAIXA, para análise final e ateste de execução do serviço;

4.5.6 A Célula de Produção contará com, no mínimo, o seguinte quadro de profissionais, que poderá ser reformulado em função das necessidades da CAIXA:

- a) 01 (um) supervisor de produção publicitária com ao menos 06 (seis) anos de experiência;
- b) 02 (dois) coordenadores de produção publicitária, com graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 04 (quatro) anos nesta atividade;
- c) 02 (dois) assistentes de produção, com graduação e experiência comprovada de, no mínimo, 02 (dois) anos nesta atividade.

4.5.7 A Célula de *Business Intelligence* terá a função de:

- a) assessorar a CAIXA e as CONTRATADAS no que diz respeito à avaliação da performance das mídias digitais, das editoriais de conteúdo e dos criativos de maneira integrada e comparativa, entre as ações realizadas pelas CONTRATADAS;
- b) atuar na análise, avaliação, monitoramento e controle das ações publicitárias do CONTRATANTE nos meios *on-line* e *off-line* contribuindo 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;
- c) realizar a 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;
- d) 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;
- e) assessorar a CONTRATANTE na interlocução junto a representantes de ferramentas e serviços de tecnologia que atendam ou pretendam atender a CONTRATANTE;
- f) definir juntamente com a CAIXA critérios para parametrização de URLs das peças clicáveis da campanha de comunicação;

- g) implementar e aferir os códigos (*tagueamento*) para controle e acompanhamento das entregas de mídia, avaliação de performance do tráfego proveniente da campanha ao longo do período de sua execução, inclusive nos ambientes receptivos, como, por exemplo, sites e aplicativos próprios da CAIXA;
 - h) desenvolver e gerenciar algoritmos de monitoramento dos processos relativos à publicidade do CONTRATANTE, que incluem o acompanhamento da integração e qualidade dos dados obtidos em campanhas; acompanhar, em conjunto com o CONTRATANTE e as CONTRATADAS, as veiculações programadas em mídia, verificando e alertando sobre a correta execução e qualidade dos espaços publicitários utilizados, em especial visando garantir a adequação e segurança de Marca do CONTRATANTE;
 - i) monitorar e sugerir evoluções no processo de segmentação de audiências, conforme orientação da CAIXA e aprendizados de campanhas anteriores;
 - j) viabilizar a publicação e a utilização do painel de resultados (*dashboard*) com exibição em tempo real dos indicadores de desempenho (KPIs) e metas preestabelecidas, com supervisão da CAIXA;
 - k) promover melhorias e evoluções na interface do painel de resultados de forma a customizar infográficos e garantir disponibilização de acesso ao *dashboard* pelas equipes da CAIXA e das demais agências de propaganda;
 - l) auxiliar a CAIXA na análise dos dados e na verificação do cumprimento das metas e objetivos de cada ação de comunicação;
 - m) gerar relatórios de análise de dados de veiculação, orçamento, resultados ou outros, para subsidiar a CAIXA nas tomadas de decisões táticas e estratégicas;
 - n) participar de reuniões e disponibilizar informações que subsidiem as análises e decisões da CAIXA e das CONTRATADAS;
 - o) constituir banco de dados integrado das métricas das campanhas, com processo de tratamento e limpeza dos dados, integração com dados do *Ad Server*, *Google Analytics*, contas de anúncio das redes sociais da CAIXA e outros;
 - p) 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.
- 4.5.8 A Célula de *Business Intelligence* contará com, no mínimo, o seguinte quadro de profissionais, que poderá ser reformulado em função das necessidades da CAIXA:
- a) 01 (um) Gerente de *Business Intelligence*/Performance: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 08 (oito) anos em análise de dados e otimização de campanhas na internet e na execução da atividade de *Business Intelligence* /Performance;

- b) 02 (dois) Supervisores de *Business Intelligence* /Performance: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 04 (quatro) anos, na execução da atividade de *Business Intelligence* /Performance;
 - c) 02 (dois) Coordenadores de *Business Intelligence*/Performance: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na execução da atividade de *Business Intelligence* /Performance;
 - d) 03 (três) Assistentes de *Business Intelligence* /Performance: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 01 (um) ano, na execução da atividade de *Business Intelligence* /Performance;
 - e) 01 (um) Coordenador de Inteligência de Dados e Estratégia de Mídia: possuir experiência comprovada, de no mínimo 03 (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;
 - f) 01 (um) Coordenador de Inteligência de Dados e Estratégia de Negócio: possuir graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 04 (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;
 - g) 03 (três) Analistas de Dados: com experiência em análise de dados e otimização de campanhas na internet de no mínimo 01 (um) ano.
- 4.5.9 O NAC poderá executar, a critério da CONTRATADA e com a devida anuência da CAIXA, os serviços indicados no **subitem 3.1.8**.
- 4.5.10 A equipe de profissionais do Núcleo de Apoio à CAIXA poderá ser readequada pelas CONTRATADAS, com o devido conhecimento e anuência da CONTRATANTE, a qualquer tempo, durante a execução contratual, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados.

4.6 Subfunções do Núcleo de Apoio à CAIXA

4.6.1 O NAC terá como subfunções as atividades abaixo descritas:

- 4.6.1.1 Planejamento: que consiste na assessoria ao planejamento 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*.

4.6.1.2 Operação: que envolve serviços que compõem a rotina operacional do NAC; conferência e validação dos documentos produzidos pelas CONTRATADAS, além de manutenção e implementação de acompanhamento:

- 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 e conformidade cadastral), bem como verificação da implementação nas plataformas digitais, de acordo com os planos aprovados pelo CONTRATANTE;
- b) Sistemas Transacionais: validação de informações dos planos de mídia previamente à sua inserção no *Mídiaweb*;
- 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, informações de mercado publicitário, e referências de preços disponibilizadas pela SECOM/PR 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.).

4.6.1.3 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) Monitoramento: 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.

4.6.1.4 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: revisão de 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 correções, 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 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.
- 4.6.1.5 Gestão do Orçamento: controle e a gestão dos orçamentos por meio de ferramenta tecnológica desenvolvida e disponibilizada em ambiente de internet para consulta da CONTRATADA:
- a) Funcionalidades gerais: inserção e/ou registro dos planos de mídia aprovados, com detalhamento sobre os meios e valores alocados, inserção e/ou registro das ordens de serviço de produção aprovadas, com registro de cada item e respectivo valor, aprovado e realizado, controle de valores de produção e mídia (aprovados, realizados e saldo do valor total autorizado para a ação publicitária);
 - b) Funcionalidades específicas: permitir consultas dinâmicas com critérios por tipo de origem orçamentária, campanha, tipo de produto/serviço, período de veiculação, agência de propaganda, veículos de mídia, meio de comunicação, formato e tipo de peça, entre outros;
 - c) Perfis de Acesso: deve conter tipos de perfis com níveis de permissões para diferentes funções, tais como: consulta, geração de relatórios, análises comparativas de dados customizados; exportação de dados;
 - d) Banco de Dados: no prazo de 30 (trinta) dias após o término do contrato deverá ser entregue banco de dados com conteúdo completo da ferramenta;

- e) Código: deverá ser entregue, ao final do contrato, o código fonte e documentos de especificação da ferramenta para possibilitar leitura, utilização, desenvolvimento e implantação posterior pela CAIXA, em ambiente interno ou externo.

5 EXCLUSIVIDADE E SIGILO

- 5.1 Durante a vigência do contrato, as CONTRATADAS devem atender a CAIXA em regime de exclusividade, sendo vedada a manutenção de contratos de prestação de serviços similares aos do objeto desta licitação a quaisquer empresas concorrentes diretas da CAIXA, do ramo bancário e financeiro.
- 5.1.1 As LICITANTES 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 a CAIXA.
- 5.2 As CONTRATADAS se comprometem 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.
- 5.2.1 As CONTRATADAS, 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, da CAIXA.
- 5.2.2 As CONTRATADAS será responsável, civil e criminalmente, por quaisquer danos causados à CAIXA e/ou terceiros em virtude da quebra da confidencialidade e sigilo a que estão obrigadas, sujeitando-se às penas da lei, inclusive no que tange à Lei nº 9.279/1996 e às perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 5.3 Para os fins previstos neste item, as CONTRATADAS obrigam-se a manter sob sua guarda e responsabilidade, Termo de Responsabilidade de Segurança da Informação, firmado por todos os seus empregados que venham a participar da prestação dos serviços objeto deste contrato, nos termos da minuta constante neste contrato.
- 5.3.1 A CAIXA poderá exigir a qualquer tempo a apresentação do referido Termo, tendo a CONTRATADA 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.
- 5.4 Quaisquer informações obtidas pelas CONTRATADAS durante a execução contratual, nas dependências da CAIXA ou dela originárias, ainda que não diretamente envolvidas com a mencionada execução contratual, devem ser mantidas em sigilo.
- 5.5 As CONTRATADAS obrigam-se a somente divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CAIXA, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 5.6 Para fins de sigilo, as CONTRATADAS obrigam-se a estabelecer quarentena de 03 (três) meses na indústria financeira para os sócios, presidentes, vice-presidentes,

dirigentes e diretores das CONTRATADAS que trabalhem na área de criação, planejamento e atendimento.

5.6.1 O descumprimento da obrigação de sigilo e confidencialidade importará na adoção dos remédios jurídicos e sanções cabíveis, dentre os quais:

- a) a aplicação de multa administrativa no montante definido no **item 10**;
- b) a responsabilidade por perdas e danos, observado o disposto no **item 10**;
- c) a rescisão contratual, se vigente este contrato.

5.6.2 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 a CAIXA.

5.6.3 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 e/ou autorização da CAIXA 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;
- d) houver determinação judicial e/ou governamental para conhecimento das informações, desde que notificada imediatamente a CAIXA, previamente à liberação, e sendo requerido segredo de justiça no seu trato judicial e/ou administrativo.

6 DIREITOS AUTORAIS

6.1 As CONTRATADAS cedem 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.

6.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas neste contrato.

6.2 A CAIXA, a seu juízo, poderá utilizar referidos direitos, diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, sem que lhe caiba qualquer ônus perante as CONTRATADAS, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

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

- 6.3.1 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.
- 6.4 A seu juízo, a CAIXA poderá utilizar, em suas ações, peças e/ou materiais publicitários de outros órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal.
- 6.4.1 Nesses casos, quando couber, as CONTRATADAS ficarão responsáveis pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.
- 6.5 Em todas as contratações efetuadas pelas CONTRATADAS que envolvam direitos de terceiros, as CONTRATADAS solicitarão de cada fornecedor orçamento de cessão de direitos por tempo delimitado definido pela CAIXA.
- 6.5.1 A CAIXA poderá solicitar também orçamento de cessão total e definitiva de tais direitos, caso julgar necessário.
- 6.5.2 Nos casos de cessão por tempo limitado, as CONTRATADAS condicionarão a contratação do fornecedor à aceitação dos prazos de validade de direitos autorais estipulados conforme a necessidade de comunicação específica da CAIXA e utilizarão os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos, dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.
- 6.5.3 Quando a CAIXA optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, as CONTRATADAS se comprometem a fazer constar nos contratos que vierem a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas, bem como na prestação de outros serviços, cláusulas escritas estabelecendo:
- a) a cessão total e definitiva à CAIXA, pelo período máximo permitido em lei, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes e os demais trabalhos assemelhados;
 - b) que a CAIXA poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, sempre autorizadas pelo titular dos direitos autorais e levadas a efeito por seu autor, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- 6.5.4 Qualquer remuneração devida, inclusive a terceiros, em decorrência da cessão, definitiva ou por tempo limitado, está incluída no custo de produção.
- 6.6 As CONTRATADAS se comprometem a fazer constar nos respectivos contratos que vierem a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, de documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) que à CAIXA será(ão) entregue(s) arquivo(s) digital(is) com todo material bruto produzido;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à CAIXA, que poderá a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- c) que qualquer remuneração devida, decorrente dessa cessão, será sempre considerada como já inclusa no custo de produção.

6.7 Cachês

- 6.7.1 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 obras protegidas por direitos autorais, incorporada(s) ao material produzido e o da cessão dos demais direitos, inclusive uso de imagem.
- 6.7.2 No caso de o orçamento/contrato contemplar mais de uma imagem, peça fonográfica, audiovisual ou obras protegidas por direitos autorais e na eventualidade do descumprimento do previsto neste **item 6.7**, 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.
- 6.7.3 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 CAIXA.
- 6.7.4 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 no **item 6.8**.
- 6.7.5 Em todos os orçamentos de produção a CONTRATADA deve fazer constar, em destaque, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

6.8 Renovação

- 6.8.1 Quando da renovação de imagens incorporadas às peças publicitárias (como foto, ilustração, 2D, 3D, entre outras), em meios, prazos e demais condições idênticas às originalmente pactuadas, a CAIXA poderá pagar até 50% (cinquenta por cento) dos valores originalmente contratados a título de cachê de modelos/atores e para os honorários do fotógrafo/ilustradores, exclusivamente pelos direitos de uso de imagem.
 - 6.8.1.1 No caso de o orçamento ou contrato contemplar mais de uma peça publicitária ou fotografia, e não houver a especificação dos valores unitários, o percentual de reutilização incidirá, no máximo, sobre o valor unitário estimado, apurado por meio de

regra de três simples, com base no valor total contratado e quantidade de peças ou fotos originalmente produzidas.

- 6.8.1.2 Quando da renovação de peças publicitárias que incorporem fotografias ou imagens provenientes de “bancos de imagem”, com licença do tipo *royalty free*, devidamente licenciadas para uso comercial, a CAIXA não efetuará pagamento adicional.
- 6.8.2 Quando da renovação de peças fonográficas (como jingles, spots, trilhas, entre outras), em meios, prazos e demais condições idênticas às originalmente pactuadas, a CAIXA poderá pagar até 50% (cinquenta por cento) do valor inicialmente acordado para a contratação da peça.
- 6.8.3 Quando da renovação de peças audiovisuais (como filmes, animações, vídeos, entre outras), em meios, prazos e demais condições idênticas às originalmente pactuadas, a CAIXA poderá pagar até 50% (cinquenta por cento) dos valores originalmente contratados a título de cachê de atores e para os honorários do diretor, exclusivamente pelos direitos de uso de imagem.
- 6.8.4 Quando da renovação de peças publicitárias que envolvam obras protegidas por direitos autorais (como textos, roteiros, composições musicais, ilustrações, fotografias, poemas, obras de arte, entre outros), em meios, prazos e demais condições idênticas aos originalmente contratados, a CAIXA, poderá pagar aos detentores dos direitos patrimoniais até 50% (cinquenta por cento) do valor originalmente acordados para a cessão de uso.
- 6.8.5 Quando a reutilização de peças (publicitárias, fonográficas, audiovisuais, que envolvam obras protegidas por direitos autorais, entre outras) ocorrer por período inferior ao inicialmente pactuado, o valor devido será proporcional, calculado por meio de regra de três simples, sobre o valor original da cessão, salvo disposição diversa expressamente prevista no contrato original de cessão.

7 APROVAÇÃO PRÉVIA

- 7.1 As CONTRATADAS deverão 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.
- 7.1.1 Além de autorização para desenvolvimento de ações de publicidade, deverá ser obtida aprovação prévia da CAIXA para:
- a) definição de texto, título, leiaute, arte-final, roteiro, *story-board*, vídeo, áudio, som, imagem e quaisquer outros instrumentos, provas materiais ou matérias-primas necessárias à execução de ação de comunicação ou campanha publicitária, de meios convencionais, digitais e redes sociais;
 - b) execução de Planos de mídia;
 - c) aprovação de estimativas de custos;
 - d) alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais trabalhos;

- e) contratação de fornecedores e veículos;
- f) utilização de dados (informações numéricas ou descritivas) de mídia, produção, clientes, campanhas, produtos, serviços, resultados comerciais ou estratégicos e outros que dizem respeito à CAIXA, às empresas do conglomerado ou à comunicação destas.

8 REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS

8.1 A remuneração das CONTRATADAS, pelos serviços prestados, será feita nos termos previstos no **item 8.1.1**, conforme o preço estabelecido em suas respectivas Propostas de Preço apresentadas na licitação ou, quando for o caso, de acordo com o preço negociado.

8.1.1 Pela prestação dos serviços objeto deste contrato, as CONTRATADAS farão 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;
- b) a honorários de **8% (oito por cento)**, incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão das CONTRATADAS, referentes a peças e ou material cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) a honorários de **13,5% (treze e meio por cento)** incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados dos serviços de: criação, desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias, cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) a honorários de **1,5% (um e meio por cento)**, incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão das CONTRATADAS, referentes:
 - I.a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar às CONTRATADAS o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - II.ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
 - III.à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

- 8.1.2 Os honorários de que tratam o **subitem 8.1.1**, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos, cujo recolhimento é de competência das CONTRATADAS.
- 8.1.3 As formas de remuneração estabelecidas no **subitem 8.1.1** poderão ser renegociadas, no interesse da CAIXA, quando da renovação ou da prorrogação do contrato decorrente da licitação.
- 8.1.4 O desconto-padrão de que trata a alínea 'a' do **subitem 8.1.1** é concedido às CONTRATADAS pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta do CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.
- 8.1.5 As CONTRATADAS repassarão à CAIXA, do valor correspondente ao Desconto-Padrão de 20% a que a agência faz jus, o percentual mínimo de **6,5% (seis e meio por cento)** calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 8.2 No caso de veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa dos veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.
- 8.2.1 Não haverá pagamento de honorários em ações publicitárias internacionais em que a norma estrangeira aplicável estabelece a previsão de desconto de agência.
- 8.3 A CONTRATADA não fará jus:
- a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
 - b) ao ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha, peça e material publicitários por ela executados;
 - c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
 - d) despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, que serão de sua exclusiva responsabilidade;
 - e) a nenhuma remuneração ou Desconto de Agência quando da utilização, pela CAIXA, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato;
 - f) ao pagamento de honorários em ações publicitárias internacionais em que a norma estrangeira aplicável estabelece a previsão de desconto de agência;
 - g) a remuneração pelos serviços executados pela própria CONTRATADA, bem como a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os serviços realizados por

fornecedores referentes a produção e a execução técnica de peças e materiais cuja distribuição proporcione a elas, o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação.

- 8.4 As contratadas atuarão de acordo com solicitação da CONTRATANTE e não terão garantia de faturamento mínimo sobre o valor contratual nem, particularmente, exclusividade em relação a nenhuma das ações publicitárias objeto da contratação, as quais serão executadas indistintamente e independentemente da classificação das contratadas no certame.

9 FORMA DE PAGAMENTO

- 9.1 Os pagamentos às CONTRATADAS pelos serviços prestados serão creditados em conta corrente mantida pelas CONTRATADAS na CAIXA, em até 12 (doze) dias úteis, na forma nas condições constantes no **item 8** e seus subitens, observados os preços da proposta apresentada na licitação, mediante apresentação dos comprovantes de prestação dos serviços, nos termos previstos neste contrato, após a conformidade dos serviços atestados pelo CONTRATANTE.

- 9.2 As CONTRATADAS obrigam-se a ajustar o seu procedimento de faturamento ao utilizado na CAIXA.

- 9.3 O pagamento será efetivado mediante a apresentação dos documentos de cobrança, compostos da nota fiscal/fatura emitida pelas CONTRATADAS e do(s) documento(s) fiscal(is) do(s) terceiro(s) com o comprovante do respectivo serviço, conforme descrito nos itens “a” e “b”, deste item.

- a) Veiculação: no mês seguinte ao da efetiva veiculação, sendo o pagamento até o décimo dia útil após a apresentação dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem;
- b) Produção: até o décimo dia útil após apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, após a produção/execução;
- 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.

- 9.4 Na comprovação dos serviços efetuados, as CONTRATADAS obrigam-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes documentos:

9.4.1 Veiculação em mídia impressa:

- a) Revista: exemplares originais ou digitalizados dos títulos;
- b) Jornal: exemplar ou a página com o anúncio digitalizados, da qual devem constar as informações sobre o período ou data de circulação, nome do jornal e praça.

9.4.2 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;
 - 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.

9.4.3 Internet:

- a) relatório de *AdServer* demonstrando as veiculações realizadas em veículos compatíveis com a tecnologia;
- b) Para veículos de internet sem integração com *AdServer*: relatório de gerenciamento fornecido pelo veículo, juntamente com o *print* da tela que demonstra a veiculação das peças de comunicação;
- 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;
- d) para veículos de *streaming* com área logada: comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação e 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/conteúdo (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

9.4.4 Merchandising:

- a) relatório da empresa fiscalizadora e arquivo digital com vídeo da ação.

9.4.5 Mídia Exterior - *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;

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.

9.4.6 Mídia Exterior – *Digital 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, 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;

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.

9.4.7 Carro de som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

9.5 Compete à Célula de Mídia do NAC, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pelas CONTRATADAS à CAIXA, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados.

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

9.7 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas nos itens acima, as CONTRATADAS deverão apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

- 9.8 Toda e qualquer documentação necessária à comprovação da execução dos serviços, bem como os documentos fiscais relativos aos respectivos pagamentos, deverão ser entregues à CAIXA no prazo de até 90 (noventa) dias, a contar da data da veiculação ou do recebimento dos serviços a cargo das CONTRATADAS para assumir, com exclusividade, a responsabilidade pelos serviços contratados, inclusive a arcar com as despesas relativas aos respectivos pagamentos.
- 9.8.1 Os pagamentos a fornecedores e veículos devem ser efetuados pelas CONTRATADAS no prazo de até 05 (cinco) dias úteis a contar do crédito na conta das CONTRATADAS.
- 9.8.2 As CONTRATADAS deverão informar à CAIXA os pagamentos efetuados a veículos e fornecedores a cada ordem bancária de pagamento emitida, entregando a cópia do comprovante da referida transação à CAIXA, em formato físico ou digital, conforme o acordado, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos a contar do crédito na conta das CONTRATADAS.
- 9.9 Todos os documentos de orçamentos, contratos, faturamento ou outros que constarem durante a operacionalização do contrato serão entregues na versão original e assinada pelos devidos representantes legais do fornecedor, em meio digital ou físico, de acordo com a necessidade e orientação da CAIXA.
- 9.10 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.
- 9.11 Todos os documentos entregues em meio digital devem ser assinados por certificação digital nos moldes da Medida Provisória nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP Brasil.
- 9.12 As CONTRATADAS entregarão os documentos originais em meio digital e/ou físico, conforme requerido pela CAIXA.
- 9.13 Nos casos relativos à veiculação e contratação de serviços no exterior, serão computados para fins de pagamento, por parte do CONTRATANTE às CONTRATADAS, os seguintes custos e despesas:
- a) débitos e/ou créditos relativos à variação cambial da moeda estrangeira até a data do efetivo pagamento do contrato de câmbio;
 - b) 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;
 - c) 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;

- d) quaisquer outros gastos, despesas, emolumentos, taxas, incluindo-se as bancárias, inerentes aos pagamentos e remessas ao exterior vinculados aos serviços contratados.
- 9.14 Cabe às CONTRATADAS a correta emissão da nota fiscal/fatura em conformidade com a legislação tributária pertinente, devendo buscar qualquer informação necessária junto ao fisco ou outra fonte competente, não cabendo à CAIXA prestar esse tipo de informação.
- 9.15 Os documentos para pagamento deverão ser apresentados de forma digital e enviados à área que detenha o mandato de pagamento de fornecedores da CAIXA.
- 9.16 A nota fiscal/fatura não aprovada pela CAIXA será devolvida às CONTRATADAS para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição, contando-se o prazo de pagamento da data de sua reapresentação.
- 9.16.1 A devolução da nota fiscal/fatura não aprovada pela CAIXA em hipótese alguma, autorizará as CONTRATADAS a suspender a execução dos serviços ou a deixar de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados.

10 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

I.Multa;

II.Suspensão temporária de participação em licitação e contratação com a CAIXA, pelo prazo de até 2 (dois) anos.

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

I.Pelo descumprimento da legislação pertinente à responsabilidade social, ambiental e climática e gerenciamento do risco social, ambiental e climático: multa de 0,1% sobre o valor global do contrato;

II.Pela violação do Código de Conduta do Fornecedor: multa de 0,1% sobre o valor global do contrato;

III.0,1% por dia de atraso na entrega de qualquer serviço, a contar do primeiro dia útil após a data fixada para a entrega, calculada sobre o valor total do serviço em atraso, incluídas todas as etapas do serviço, produção, veiculação, distribuição etc., cobrada em dobro a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de atraso, limitada a 5% do valor do contrato;

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

V. 0,1% (um décimo) sobre o valor global pelo descumprimento de qualquer das cláusulas contratuais.

10.3 A inexecução contratual sujeitará à CONTRATADA a multa de:

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

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

i. inexecução total do contrato;

ii. interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da

CONTRATANTE;

10.4 A CONTRATADA autoriza à CAIXA descontar o valor da multa diretamente das notas fiscais/faturas pertinentes aos pagamentos que lhe forem devidos em relação a este contrato e/ou de quaisquer outros contratos que porventura mantenha com a CAIXA, da garantia contratual e, se não for suficiente, será cobrado judicialmente, depois de assegurada a prévia defesa em processo administrativo para apuração dos fatos.

10.5 A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e contratação com a CAIXA poderá também ser aplicada à empresa ou ao profissional que:

I.Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II.Tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III.Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a CAIXA em virtude de atos ilícitos praticados;

IV.Convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato;

V.Deixar de entregar a documentação exigida;

VI.Apresentar documentação falsa exigida para o certame;

VII.Ensejar o retardamento da execução do objeto contratado;

VIII.Não manter a proposta;

IX.Falhar ou fraudar na execução do contrato;

X.Comportar-se de modo inidôneo, incluindo a prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei 12.846/2013 e desatender e/ou violar o Código de Conduta do Fornecedor CAIXA.

XI.Descumprir a legislação pertinente à responsabilidade social, ambiental e climática e gerenciamento do risco social, ambiental e climático;

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

- 10.7 As penalidades indicadas neste item, aplicadas pela autoridade competente da CAIXA, após regular processo administrativo e garantida a defesa prévia, serão lançadas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF;
- 10.8 As penalidades serão devidamente publicadas no DOU e lançadas no sistema CGU-PJ, mantendo, desta forma, atualizado o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS.
- 10.9 A penalidade de suspensão aplicada à CONTRATADA alcança a figura dos sócios, administradores e dirigentes.

10.10 Rescisão do Contrato

- 10.10.1 A inexecução total ou parcial do contrato enseja a sua rescisão, com as consequências contratuais e as previstas na legislação aplicável, garantida a defesa prévia.
- 10.10.2 A rescisão de um ou mais contratos poderá ocorrer na forma estabelecida no Regulamento de Licitações e Contratos da CAIXA.
- 10.10.3 Havendo a rescisão do contrato, cessarão todas as atividades da CONTRATADA, relativas à prestação dos serviços contratados, os quais serão entregues à CAIXA, que os executará por si ou por terceiros.
- 10.10.4 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.
- 10.10.5 A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.
- 10.10.6 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CAIXA e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.
- 10.10.7 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CAIXA decidir sobre a continuidade do contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.
- 10.10.8 Em caso de rescisão do contrato, a CAIXA se reserva o direito de não convocar a próxima classificada no procedimento licitatório que deu origem ao contrato rescindido, ficando sob seu exclusivo critério eventual convocação, podendo, inclusive, caso entenda necessário, deflagrar processo licitatório para a contratação de novas agências de propaganda.

11 SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

- 11.1 As CONTRATADAS devem conhecer e cumprir a Política de Segurança e Informação da CAIXA, disponibilizada no site da CAIXA (<https://www.caixa.gov.br/Downloads/caixa-governanca/politica-seguranca-informacao.pdf>), dando conhecimento aos seus funcionários no âmbito da prestação dos serviços objeto do contrato.
- 11.2 As CONTRATADAS devem proteger as informações corporativas da CAIXA e de seus clientes contra acesso, modificação, destruição ou divulgação não autorizada, mantendo a sua confidencialidade.
- 11.3 As CONTRATADAS devem garantir que seus empregados e colaboradores tratem de forma estritamente confidencial todas as informações obtidas durante a prestação dos serviços ou em função deles e somente as utilizem no âmbito dos serviços contratados.
- 11.4 As CONTRATADAS devem garantir que seus empregados e colaboradores respeitem os ambientes físicos e demais locais sinalizados como área restrita, cumprindo todas as definições e proibições de registros fotográficos, gravações de áudio, vídeo, bem como as restrições de compartilhamento desses materiais em qualquer mídia ou rede social.
- 11.5 As CONTRATADAS devem garantir que as práticas de segurança da informação por ela executadas sejam divulgadas e exigidas de todos os componentes de sua cadeia de suprimento.
- 11.6 As CONTRATADAS devem assegurar que os recursos e informações da CAIXA colocados à sua disposição sejam utilizados apenas para a finalidade contratada.
- 11.7 As CONTRATADAS devem atender às Leis que regulamentam a atividade da CAIXA e seu mercado de atuação.
- 11.8 As CONTRATADAS ficam cientes de que deve guardar o mais completo e absoluto SIGILO em relação às informações e dados que tiver conhecimento em razão do serviço a ser prestado, observadas as solicitações de órgãos de regulação, fiscalização, supervisão e de controle, bem como as determinações judiciais que deverão ser comunicadas imediatamente, pois ambas somente poderão ser atendidas mediante prévia autorização da área jurídica da CONTRATANTE.
- 11.9 As CONTRATADAS ficam cientes que, por força da lei, são responsáveis civil e criminalmente pela divulgação indevida, descuidada ou incorreta utilização das informações corporativas da CAIXA e de seus clientes, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos a que derem causa e das cominações contratuais impostas.
- 11.10 As CONTRATADAS devem comunicar imediatamente à CONTRATANTE qualquer descumprimento às cláusulas acima, principalmente para os casos em que ficar comprovado o comprometimento de informação corporativa da CAIXA ou sob sua responsabilidade.
- 11.11 As CONTRATADAS devem garantir que o(s) seu(s) dirigente(s), empregado(s) e colaborador(es) com acesso às informações da CAIXA assinem o Termo de

Responsabilidade de Segurança da Informação – Exclusivo para Prestador de Serviço, anexo.

- 11.12 As CONTRATADAS devem enviar, anualmente, à CONTRATANTE a versão vigente do(s) Termo(s) de Responsabilidade de Segurança da Informação – Exclusivo para Prestador de Serviço, a ser disponibilizado pela área gestora do contrato, devidamente assinado(s) por seu(s) dirigente(s), empregados(s) e colaborador(es).
- 11.13 As CONTRATADAS devem realizar ou contratar, treinamento para seus dirigentes, empregados e colaboradores, visando a sensibilização e conscientização em relação à segurança da informação e privacidade de dados, abordando no mínimo 80% do seguinte conteúdo:

Domínio Temático	Conteúdo
Política de Segurança da Informação	- Conhecimento da política de segurança da informação da empresa e da Política de Segurança e Informação da CAIXA
Tratamento da Informação	- Uso seguro de informações corporativas a que tiver acesso; - Adoção da política de “mesa limpa”, “tela limpa” e “impressora limpa”; - Descarte seguro de informação.
Reporte de Incidentes	- Formas de reporte de incidentes de segurança da informação na empresa e na CAIXA
Fundamentos para Segurança Digital	- Conceitos básicos de segurança digital; - Uso da Internet
Segurança de Dispositivos Digitais Pessoais	- Proteção e privacidade em dispositivos digitais pessoais; - Conhecendo, configurando e usando o dispositivo; - Mantendo o dispositivo; - Vulnerabilidades e ameaças
Segurança em Redes	- Segurança na Internet; - Segurança em redes wi-fi públicas; - Proteção de redes pessoais; - Computação em nuvem
Segurança do Usuário	- Autenticação no acesso a sistema e a serviços; - Proteção de contas pessoais; - Mídias sociais; - Segurança com e-mails; - Armazenamento e compartilhamento de dados; - Backup de arquivos pessoais importantes; - Qualidade de vida digital
Segurança e Comportamento em Mídias Sociais	- Netiqueta; - Construindo seu perfil na Internet; - Segurança em mídias sociais; - Administrando seu rastro digital; - Uso saudável de mídias sociais; - Fake News; - Jogos online
Comunidades Digitais	- Educação na Internet; - Construindo comunidades digitais cidadãs
Direito Digital	- Conceitos jurídicos e legislação relacionada à segurança da informação; - Direitos autorais; - Fraudes;

	- Assédio virtual; - Crimes na Internet; - Hacktivismo ¹
Prevenção à fraude	- Engenharia social (formas defensivas contra <i>Phishing</i> ² e <i>Smishing</i> ³)

- 11.13.1 O treinamento referido no item 11.13 será integralmente de responsabilidade das CONTRATADAS, inclusive no que se refere aos custos, podendo ser de forma presencial ou virtual, com carga horária mínima anual de 04 horas.
- 11.14 As CONTRATADAS devem apresentar anualmente, até o último dia útil do mês subsequente ao ano base, a documentação comprobatória de cumprimento do treinamento referido no item 11.13.
- 11.15 As CONTRATADAS devem apresentar anualmente, até o último dia útil do mês subsequente ao término do período, relatórios de acompanhamento dos controles de segurança executados pelas CONTRATADAS.
- 11.16 As CONTRATADAS devem se adequar às normas e a legislação vigente inerentes à Segurança da Informação relacionadas às atividades da CONTRATANTE, enquanto empresa pública e instituição financeira.
- 11.17 A CONTRATANTE poderá exercer o direito de exigir alterações nos controles de segurança das CONTRATADAS, à medida que os ambientes externos e internos se modifiquem.
- 11.18 A CONTRATADA deverá informar ao CONTRATANTE periodicamente, os resultados dos indicadores:
- a) Quantidade de empregados e colaboradores, que atuam na prestação de serviço objeto do contrato, treinados em SI, conforme item 11.13 no último ano dividido pela Quantidade total de empregados, que atuam na prestação de serviço objeto do contrato, em percentual, medido anualmente e informado à CONTRATANTE até o último dia útil do mês subsequente ao ano base;
- b) Quantidade de empregados que assinaram o Termo de Responsabilidade de Segurança da Informação, previsto no item 11.11, dividido pela Quantidade total de empregados, que atuam na prestação de serviço objeto do contrato, em percentual, medido anualmente e informado à CONTRATANTE até o último dia útil do mês subsequente ao ano base;

¹ Hacktivismo é normalmente entendido como escrever código fonte, ou até mesmo manipular bits, para promover ideologia política - promovendo expressão política, liberdade de expressão, direitos humanos, ou informação ética.

² *Phishing* é uma técnica de crime cibernético que usa fraude, truque ou engano para manipular as pessoas e obter informações confidenciais, geralmente disparado por e-mail, usando links ou anexos maliciosos disfarçados em uma mensagem aparentemente legítima.

³ *Smishing* é um tipo de *Phishing* realizado por SMS e mensagens de texto enviadas para o celular. Geralmente, essas mensagens pedem para que você clique em um link e preencha um formulário ou responda à mensagem. Podem falar, por exemplo, sobre uma necessidade de atualização de cadastro ou a oportunidade de resgatar um prêmio imperdível.

- 11.19 Quaisquer materiais ou documentos com informações confidenciais que tenham sido fornecidos às CONTRATADAS pela CONTRATANTE serão devolvidos, acompanhados de todas as cópias, em até 5 (cinco) dias, a partir da formalização de solicitação de devolução das informações confidenciais pela CONTRATANTE.

12 OBRIGAÇÃO DAS CONTRATADAS

- 12.1 São obrigações da CONTRATADA, além das previstas neste contrato e anexos:

- I. Cuidar da administração e execução de todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros para a execução do objeto do contrato, respondendo por todos os seus efeitos perante aqueles e a própria CAIXA;
- II. Cumprir todas as exigências e demais obrigações contidas no Termo de Referência.
- III. Guiar-se pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, pelo Código de Ética da CAIXA, pela Lei nº 12.846/2013 e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.
- IV. Seguir os princípios e diretrizes definidos na Política de Marketing e Comunicação do Conglomerado CAIXA em sua atuação.
- V. Utilizar recursos de acessibilidade na publicidade para ampliar a abrangência da mensagem e o direito à informação a todas as pessoas, como é mandatório em toda comunicação da CAIXA.
- VI. Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato, de modo que sua inadimplência não transfira à CAIXA a responsabilidade pelos pagamentos e não onere o objeto do contrato.
- VII. Contratar profissionais de comprovada capacitação técnica e experiência no mercado, para a execução dos serviços que são objeto do Contrato.
- VIII. Consultar a CAIXA previamente sobre a pretensão de substituição de qualquer profissional que tenha sido indicado na proposta licitada.
- IX. Submeter à apreciação e aprovação prévia da CAIXA, provas e demais matérias-primas necessárias para a produção, que reproduzam fielmente a peça final a ser distribuída.
- X. Submeter à apreciação e aprovação prévia da CAIXA, os planos de mídia referentes ao Planejamento de veiculação de cada campanha, com detalhamentos da compra e dos valores.
- XI. Executar os serviços (de produção e mídia) de acordo com as características e valores estabelecidos e aprovados previamente pela CAIXA.

- XII. Entregar à CONTRATANTE, quando solicitado, peças como filmes de TV e cinema, spot de rádio, mídia impressa e/ou digital e outros materiais produzidos, armazenados em servidor online (nuvem) compatível e acessível à rede da CAIXA.
- XIII. Entregar para a CAIXA, mensalmente, até dia 10 do mês subsequente ao da execução da ação, relatório com as informações contendo os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, os valores pagos pelos totais de cada tipo de serviço prestado por fornecedores e de cada meio de divulgação, e padronizados de acordo com o modelo a ser fornecido pela CAIXA, para publicação em seu Portal da Transparência.
- XIV. As CONTRATADAS deverão implementar os serviços descritos no item 3.1.8, nos prazos indicados nos respectivos itens subsequentes, sem custos adicionais ao CONTRATANTE
- XV. Apresentar e entregar, mensalmente, relatórios de acompanhamento das ações de comunicação do mercado publicitário e dos bancos concorrentes, contendo resumo quantitativo e qualitativo das ações de comunicação realizadas nas mídias/veículos, além dos correspondentes valores de investimento de publicidade de cada banco – relatório De Olho na Mídia.
- XVI. Após a finalização do contrato, no prazo de 15 dias, entregar, em HD externo ou similar, o backup de todas as peças produzidas, planos de mídia executados, comprovantes dos repasse dos valores aos fornecedores de serviços especializados e veículos contratados, e relatórios financeiros/orçamentários, conforme solicitado e acordado com a CAIXA no momento da solicitação.
- XVII. Manter durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, peças publicitárias produzidas, planos de mídia executados, comprovantes dos repasses dos valores aos fornecedores de serviços especializados e veículos contratados, e relatórios financeiros/orçamentários.
- XVIII. Prestar esclarecimentos à CAIXA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam, independentemente de solicitação da CAIXA.
- XIX. Solicitar previamente à CAIXA autorização para a participação em concursos com trabalhos que tenham sido desenvolvidos para a CAIXA.
- XX. Oferecer para a CAIXA, no mínimo semestralmente, palestras, treinamentos e workshops relativos a assuntos de publicidade, marketing e propaganda, visando demonstrar a atualização constante dos profissionais das CONTRATADAS e auxiliar na atualização profissional dos funcionários da CONTRATANTE.
- XXI. Cabe às CONTRATADAS observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CAIXA:
 - a) Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados;

b) Apresentar somente cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Disponibilização de Referências – SIREF, disponibilizado pela SECOM/PR a todos os órgãos integrantes do Sistema de Comunicação do Governo Federal – SICOM, aptos a fornecer à CONTRATADAS bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares à execução do objeto do contrato;

c) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados no SIREF que atuem no mercado no ramo de fornecimento pretendido;

i. A CONTRATADA deverá promover sistemática de revezamento na prospecção de mercado, buscando contemplar o maior número de fornecedores, desde que aptos e suficientemente bem qualificados para a prestação de serviços à CAIXA.

d) Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, conforme a especificação técnica produzida pela CONTRATADA, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, o detalhamento das especificações;

e) A cotação deverá ser apresentada no original, com timbre da empresa, identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), identificação do responsável pela cotação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura – digital ou física;

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

g) Todos os documentos e comprovações deverão ser entregues em meio eletrônico, assinados com certificado digital, nos moldes da MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP Brasil, mas devem ser entregues impressos, quando solicitados pela CAIXA.

XXII. Quando da contratação de seus fornecedores, as CONTRATADAS obrigam-se a exigir as mesmas condições estabelecidas na licitação, no que se refere à apresentação de regularidade trabalhista, jurídica e fiscal, bem como no que tange aos segredos de veiculação, respondendo solidariamente com os fornecedores contratados por toda e qualquer infração eventualmente cometida.

XXIII. A CAIXA poderá proceder a verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado.

XXIV. Em caso de impossibilidade de submeter 3 (três) orçamentos para algum serviço, apresentar justificativa técnica devidamente formalizada.

- XXV. Os orçamentos apresentados devem conter os custos decupados por item, característica, condição, quantidade, volume, material, formato, prazo e quaisquer outras especificidades.
- XXVI. Quando o fornecimento de bens ou serviços, exceto compra de mídia, tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato, neste caso, as CONTRATADAS coletarão, no mínimo 3 (três) orçamentos, em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CAIXA.
- XXVII. Os envelopes com as propostas serão abertos em data e local previamente marcados pelas CONTRATADAS, com a presença dos fornecedores.
- XXVIII. As CONTRATADAS devem registrar em Ata a abertura das propostas, identificando e registrando o fornecedor que apresentou a proposta mais vantajosa para a CAIXA.
- XXIX. A CAIXA se reserva o direito de enviar representante às reuniões para acompanhar a abertura das propostas.
- XXX. A CAIXA se reserva o direito de solicitar negociação dos preços apresentados, mesmo que nas cotações realizadas por envelopes fechados.
- XXXI. A CAIXA poderá, a qualquer tempo e a seu critério, buscar junto ao mercado orçamentos para a execução dos serviços objeto do contrato, sem a intermediação das CONTRATADAS.
- XXXII. Na eventualidade da contratação de qualquer serviço a ser desempenhado por fornecedores, no qual as CONTRATADAS ou seus funcionários, direta ou indiretamente, tenham interesses financeiros, inclusive de participação societária, as CONTRATADAS devem informar à CAIXA esse vínculo e solicitar sua aprovação antecipada para contratar tal fornecedor.
- XXXIII. Os preços propostos para a realização de quaisquer serviços são de exclusiva responsabilidade das CONTRATADAS, não lhes cabendo o direito de pleitear nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- XXXIV. Não é admitida a contratação de fornecedores pelas CONTRATADAS para a execução dos serviços de planejamento, estudo, criação e concepção.
- XXXV. As CONTRATADAS devem formar um cadastro único de fornecedores (banco de dados), agrupados por demanda e serviço, identificando as cotações apresentadas e a empresa efetivamente contratada, ficando sua gestão a cargo da célula de Produção do Núcleo de Apoio à CAIXA.
- XXXVI. Os orçamentos que servirão de base para a criação e atualização deste cadastro deverão estar disponíveis em banco de dados eletrônico e deverão ser disponibilizados à CAIXA sempre que solicitado.

- XXXVII. Para o fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, as CONTRATADAS deverão observar a condição de serem oriundos de pessoas físicas e jurídicas integrantes do cadastro, constante no sistema de gerenciamento de cadastro da SECOM – SIREF e MIDIAWEB.

Nota – Cláusulas abaixo estão dispostas conforme orientação do OFÍCIO CIRCULAR Nº 2/2024/CGAC/SUBNOR/SECOM/PR.

- XXXVIII. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de comunicação e divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.
- XXXIX. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.

ANEXO II BRIEFING

Se disponibilizado em anexo apartado, recomenda-se incluir a redação abaixo:

O arquivo PDF contendo o Briefing está disponibilizado juntamente a este edital, no portal <https://licitacoes.caixa.gov.br>.

ANEXO III PROPOSTA TÉCNICA – ORIENTAÇÕES PARA ELABORAÇÃO

1. A proposta técnica, no âmbito do processo de licitação, será objeto de análise e julgamento por banca designada para esse fim, denominada subcomissão técnica, conforme previsto na IN SECOM nº 9/2025.
- 1.1. As licitantes deverão apresentar suas propostas técnicas estruturadas de acordo com os quesitos e subquesito a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não Mídia
Capacidade de Atendimento	Profissionais
	Infraestrutura
	Sistemática de Atendimento
	Informações de Marketing
Repertório	
Relato de Soluções Pretéritas em Comunicação	

- 1.2. A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 1.3. A proposta técnica será apresentada em duas vias distintas, sendo uma delas destinadas ao plano de comunicação e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante.
- 1.4. O plano de comunicação observará os parâmetros constantes do Anexo IV - Julgamento da Proposta Técnica, da seguinte forma:
 - a) apresentação das propostas em uma via sem identificação de sua autoria;
 - b) vedação de aposição, em qualquer parte ou conteúdo da via não identificada do plano de comunicação, de informação, de marca, de sinal ou de qualquer outro elemento que, inequivocadamente, identifique sua autoria, antes da sua devida identificação via sistema;
 - d) os conteúdos do plano de comunicação terão formatos compatíveis com suas exigências técnicas estabelecidas no edital;
- 1.5. Sobre o conjunto de informações referentes ao licitante, como parte integrante da proposta técnica, conforme parâmetros constantes do Anexo IV - Julgamento da Proposta Técnica, dispõe-se:
 - a) vedação de aposição, em qualquer parte ou conteúdo das propostas, ou em qualquer dos documentos que os integram, de informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que, inequivocadamente, identifique a autoria do plano de comunicação (via não identificada), antes da identificação de sua autoria via sistema;

- b) cada relato de soluções pretéritas em comunicação, na mesma categoria de ação de comunicação que se figura objeto da licitação, será formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade; e
- c) cada peça referente ao repertório será acompanhada da respectiva ficha técnica, sendo vedada peça referente a demanda solicitada e aprovada pelo órgão ou entidade responsável pela licitação.

- 1.6. Os licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

2. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

- 2.1. Os textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária e suas respectivas peças não poderão conter nenhuma identificação, ou seja, nomes, expressões, slogans, marcas, símbolos, ou ícones de trabalho das Licitantes ou de conhecimento do mercado publicitário, sob pena de desclassificação.

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

- a) redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente;
- b) elaborado em arquivo digital com formato PDF, dimensões A4, orientação retrato;
- c) 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, e nomeado como “Plano de Comunicação Publicitária.pdf”, contendo os 4 (quatro) subquestos; e
- j) sem identificação da LICITANTE.

- 2.2.1. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas, podendo ser apresentados na orientação paisagem, 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.

- 2.2.2. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ser apresentadas na orientação paisagem.

- 2.2.3. As tabelas, gráficos, infográficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:
- a) ser editados em cores;
 - b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
 - c) ter qualquer tipo de formatação de margem;
- 2.2.4. Os exemplos de peças não poderão conter a identificação da LICITANTE e deverão ser corretamente referenciados sequencialmente em contagem única, conforme apresentadas por cada LICITANTE, considerando todos os exemplos apresentados e nomeadas sucessivamente como “Peça 01.*”, “Peça 02.*”, “Peça 03.*” (OBS.: * Extensão do arquivo) e assim sucessivamente conforme a quantidade de peças apresentadas. O tamanho de cada arquivo tem o limite de 200Mb.
- 2.2.5. No cálculo da alocação dos valores destinados à produção das peças e/ou materiais que integram o subquesto Ideia Criativa e à veiculação da campanha, do subquesto 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
- 2.2.5.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 2.2.5 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.
- 2.2.6. 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.
- 2.2.7. As informações pertinentes ao Plano de Comunicação Publicitária estão limitadas a 16 (dezesesseis) 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.
- 2.2.8. Os exemplos de peças e/ou materiais publicitários que integram o subquesto Ideia Criativa, não serão computados no limite estabelecido no subitem 2.2.7.
- 2.2.9. 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 2.2.7.
- 2.2.9.1. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em agentes de veiculação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

- 2.2.9.2. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- 2.2.9.3. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 2.2, no que couber.
- 2.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base em Briefing anexado ao Edital, observadas as seguintes disposições:
- 2.3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico: Apresentação em que a licitante descreverá:
- a) análise das características e especificidades do anunciante e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.
- 2.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação e defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no briefing, contemplando:
- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
 - b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.
- 2.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa: apresentação da proposta de campanha publicitária desenvolvida com base no briefing, contemplando os seguintes conteúdos:
- a) relação e descrição de todas as peças que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;
 - b) exemplos de peças publicitárias, da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no edital.
- 2.3.3.1. As descrições mencionadas na alínea 'a' do subitem 2.3.3 estão circunscritas à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.
- 2.3.3.2. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 2.3.3:
- a) estão limitados a 15 (quinze) 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 independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;

b) nos exemplos de peças referentes à ideia criativa podem ser apresentados:

- I. roteiros;
- II. leiautes digitais para peças impressas;
- III. leiautes digitais (monstros) para os meios TV, Cinema, Rádio ou Internet;
- IV. storyboard estáticos; e
- V. storyboard animados (animatics).

2.3.3.3. Na elaboração dos exemplos de peças do inciso III da alínea “b” do subitem 2.3.3.2, poderão ser inseridas fotos, imagens estáticas ou em movimento, além de trilha, voz de personagens e locução.

2.3.3.4. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem desenvolvidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

2.3.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, ‘monstro’ internet) destinada a facilitar a conferência, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 2.3.3.

2.3.3.6. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas até o limite de que trata a alínea ‘a’ do subitem 2.3.3.2, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- e) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- f) um site cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao site, será considerado uma peça.

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

- a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do anunciante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na programação dos agentes de

veiculação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

- c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por agentes de veiculação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- d) plano simulado de distribuição das peças: simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

2.3.4.1. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 2.3.3 deverão constar dessa simulação.

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

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em agentes de veiculação de publicidade;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em agentes de veiculação de publicidade, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- d) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a agentes de veiculação de publicidade;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia; e
- f) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

2.3.4.3. Nessa simulação:

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

3. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

3.1. Não é necessário o envio de Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

4. Capacidade de Atendimento

- 4.1. A licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito Capacidade de Atendimento, em arquivo digital, a ser nomeado como “Capacidade de Atendimento.pdf”, com ou sem o uso de cores, em formato A4, em fonte Arial, tamanho 12, em páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira, e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 4.1.1. O arquivo específico mencionado no subitem 4.1 não poderá apresentar informação ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Proposta Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.
- 4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.
- 4.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:
- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante nos últimos 5 (cinco) anos, para os quais desenvolveu campanhas publicitárias, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
 - b) comprovante que executam/executaram, sem restrição, serviços de publicidade. A comprovação será feita por meio de apresentação de uma ou mais declarações/atestados, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, distintas umas das outras:
 - I. A comprovação será feita por meio de apresentação de uma ou mais declarações, atestados ou certidões, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem ter a LICITANTE executado às declarantes serviços de publicidade, pertinentes e compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto desta licitação.
 - II. A(s) declarações, atestados ou certidões previstas no subitem anterior deverão conter a identificação do signatário (cargo, nome e telefone para contato), e devem indicar as características, quantidades e prazos da prestação do serviço efetuado pela LICITANTE.
 - III. Para fins de compatibilidade, serão considerados atestados que comprovem ter a LICITANTE executado projetos de publicidade em valor igual ou superior a R\$ 76.000.000,00 (setenta e seis milhões de reais), dentro de um período de 12 meses consecutivos, a partir de 01/01/2020.
 - IV. Será permitida a soma de atestados para comprovação de campanhas publicitárias, desde que realizados dentro de um mesmo período de 12 meses consecutivos, a partir de 01/01/2020, e que ao menos um dos projetos seja de valor superior a R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais).

- c) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção, mídia e atendimento;
- d) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- e) a sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- f) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CAIXA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato

5. Repertório

- 5.1. A licitante deverá apresentar as peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante, acompanhadas de suas respectivas fichas técnicas, observadas as condições estabelecidas no edital, em arquivo digital, com ou sem cores, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Cada relato deverá ser apresentado separadamente e ser nomeado como “Repertório 01.pdf” e “Repertório 02.pdf” etc. Os exemplos de peças devem seguir o mesmo parâmetro.
- 5.1.1. A ficha Técnica deverá trazer informações sucintas sobre a peça: o problema que a peça se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título da peça, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um agente de veiculação utilizado.
- 5.2. Os documentos, as informações e as ações e/ou peças publicitárias dos relatos mencionados nos subitens anteriores não poderão ter informação ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria.
- 5.2.1. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 5.3. A Licitante deverá apresentar 20 (vinte) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 5.4. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01/01/2020.
- 5.5. Se a Licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 5.3, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista para a Capacidade Técnica.

- 5.6. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da Licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.
- 5.7. As peças e ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CAIXA.

6. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 6.1. A licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em arquivo digital, com ou sem cores, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Cada relato deverá ser apresentado separadamente e ser nomeado como “Relato 01.pdf” e “Relato 02.pdf” etc. Os exemplos de peças devem seguir o mesmo parâmetro.
- 6.1.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou peças publicitárias dos relatos mencionados no subitem anterior não poderão ter informação ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria.
- 6.2. A licitante deverá apresentar 03 (três) relatos, sendo 01 (um) de campanha publicitária com valor superior a R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais), concebidos a partir de 01/01/2020, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas 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. Cada relato:
- a) deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
 - b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
 - c) deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.
- 6.3. Se a Licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à um terço da pontuação máxima prevista para o quesito Relato de Soluções de Problemas.
- 6.4. Os relatos não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela CAIXA.
- 6.5. É permitida a inclusão de até 15 (quinze) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato. No

entanto, cada relato deverá conter, no mínimo, 5 (cinco) peças de publicidade on-line.

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

ANEXO IV
PROPOSTA TÉCNICA – CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das Licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 1.1. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:
2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária
- 2.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico:
 - a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do anunciante e do contexto de sua atuação;
 - b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
 - c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo anunciante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.
- 2.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária
 - a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
 - b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
 - c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
 - d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
 - e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;
 - f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.
- 2.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa
 - a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de comunicação publicitária;
 - b) a pertinência da solução criativa com a natureza do anunciante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;
 - c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
 - d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e agentes de veiculação a que se destinam;
 - e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
 - f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
 - g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

- 2.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia
 - a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.
 - b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;
 - c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
 - d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
 - e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do anunciante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
 - f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.
3. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento
 - a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um.
- 3.1. Subquesto 1 – Profissionais:
 - a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais à necessidade de comunicação publicitária do anunciante.
- 3.2. Subquesto 2 – Infraestrutura
 - a) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do anunciante na execução do contrato.
- 3.3. Subquesto 3 – Sistemática de Atendimento
 - a) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o anunciante e a licitante;
- 3.4. Subquesto 4 – Informações de Marketing
 - a) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante.
4. Quesito 3 - Repertório
 - a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do anunciante, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
 - b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
 - c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.
5. Quesito 4 - Relato de Soluções Pretéritas em Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; - a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do anunciante;
- b) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- c) a encadeamento lógico da exposição do relato pela licitante.

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

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

PONTUAÇÃO - QUESITOS E SUBQUESITOS	MÁXIMO	MÍNIMA NECESSÁRIA
1 - Plano de Comunicação Publicitária	75	55,5
a. Raciocínio Básico	5	3,5
b. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	15,0
c. Ideia Criativa	25	18,5
d. Estratégia de Mídia e não Mídia	25	18,5
2 - Capacidade de Atendimento	15	10,5
a. Profissionais	5	3,5
b. Infraestrutura	3	2,0
c. Sistemática de Atendimento	4	3,0
d. Informações de Marketing	3	2,0
3 - Repertório	5	3,5
4 - Relato de Soluções Pretéritas em Comunicação	5	3,5
PONTUAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA	100	73

6.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de todos os Membros da Subcomissão Técnica.

6.3. A pontuação mínima de 73 (setenta e três) pontos é a nota mínima a ser alcançada por cada licitante para ser considerado classificado.

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

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

- 6.6. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos e subquesitos.
- 6.7. Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 05 (cinco) maiores notas, observado o disposto nas alíneas “b” e “c” do subitem 6.8.
- 6.8. Será desclassificada a Proposta que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:
- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
 - b) não alcançar, ao final, a nota total mínima de 73 (setenta e três) pontos;
 - c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica;
 - d) não alcançar a pontuação mínima necessária em quaisquer dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica.
- 6.8.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da licitação.
- 6.9. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 05 (cinco) Licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação;
- 6.10. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma de divulgação dos atos licitatórios, previsto no Edital e para o qual serão convidadas todas as Licitantes.

ANEXO V
FORMULÁRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

As Planilhas contendo os formulários de Avaliação do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções estão disponibilizadas juntamente a este edital, no portal <https://licitacoes.caixa.gov.br>.

**ANEXO VI
PROPOSTA DE PREÇO**

LICITAÇÃO CAIXA Nº ____/____ - ____

NOME DA PROPONENTE:

CNPJ:

ENDEREÇO:

TELEFONE/FAX:

E-MAIL:

1. OBJETO: Prestação de serviços de publicidade em conformidade com as disposições do Edital da Licitação CAIXA n XXXX/202X e seus Anexos.

2. DA REMUNERAÇÃO:

Declaramos que estamos cientes que a remuneração será a prevista na Cláusula Sexta da Minuta do Contrato, e de seus respectivos Anexos:

- a) **Repasse à CAIXA**, do valor correspondente ao Desconto-Padrão de 20% a que a agência faz jus, o **percentual mínimo de 6,5% (seis e meio por cento)** calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- b) Honorários de **8% (oito por cento)**, incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão das CONTRATADAS, referentes a peças e ou material cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) a honorários de **13,5% (treze e meio por cento)** incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados dos serviços de: criação, desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias, cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) a honorários de **1,5% (um e meio por cento)**, incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão das CONTRATADAS, referentes:
 - IV.a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça ou material não proporcionar às CONTRATADAS o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

V. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

VI. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

3. PRAZO DE VALIDADE DA PROPOSTA: 120 (cento e vinte) dias, contados da data de sua apresentação. (OBS.: Não inferior a 120 dias, conforme item 7.1.3 do Edital)

4. A empresa, por intermédio de seu representante legal abaixo identificado, para todos os efeitos legais e administrativos, sob as penas da lei, DECLARA que:

- I se responsabiliza pelas transações efetuadas em seu nome, assumindo como firmes e verdadeiras suas propostas, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante, não cabendo à CAIXA responsabilidade por eventuais danos decorrentes de uso indevido da senha, ainda que por terceiros.
- II não se enquadra em nenhuma das restrições previstas no item 2.4 e subitens deste edital.
- III Cumpre todos os requisitos exigidos no edital para a perfeita execução do serviço, inclusive quanto aos critérios de habilitação.
- IV Está ciente e de acordo com as disposições alusivas a EXCLUSIVIDADE, SIGILO E DIREITOS AUTORAIS estabelecidas na minuta contratual e seus anexos constante no Edital de Licitação.
- V Está ciente de que deverá desistir de contrato(s) porventura existente(s) com empresas concorrentes diretas da CAIXA, do ramo bancário e financeiro, como condição para assinar o contrato decorrente desta licitação.
- VI Está ciente de que a CAIXA procederá à retenção de tributos nas hipóteses previstas em lei.
- VII Envidará esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferirá à CAIXA as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.
- VIII Garantirá o pagamento integral da parcela que couber aos veículos e fornecedores, descontando-se apenas o percentual que contratualmente tiver direito, no caso de veiculação.

Local e data

Assinatura do representante legal da empresa

Nome/CPF

ANEXO VII MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º _____, PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE _____, QUE ENTRE SI FIRMAM, DE UM LADO, A CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, E, DE OUTRO, A EMPRESA _____.

Pelo presente instrumento, a **CAIXA ECONÔMICA FEDERAL - CEF**, instituição financeira sob a forma de empresa pública, por intermédio de sua Centralizadora Nacional Contratações – CECOT em Brasília, CNPJ(MF) nº 00.360.305/5614-83, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 1, Lote 2, Bloco L, 7º andar - Asa Sul – Brasília, - CEP 70070-110, neste ato representada pelo(a) _____ *[indicar e qualificar o representante da CAIXA, informando também os dados da procuração que concede poderes de representação]*, daqui por diante designada **CAIXA**, de um lado e, de outro, a empresa _____ *[indicar o nome da empresa ou do consórcio, em caixa-alta e negrito]*, inscrita no CNPJ(MF) sob o nº _____, com sede na _____ *[indicar o endereço completo, inclusive CEP]*, neste ato representada por _____ *[indicar e qualificar o representante da contratada]*, doravante designada **CONTRATADA**, em face da autorização do(a) _____ *[indicar o nome e cargo do autor da autorização]* da CAIXA ou nos casos de *autorização colegiada informar o ato/nº da Resolução e/ou Ata, p. ex.: em face da autorização do Conselho Diretor da CAIXA, conforme Ata nº____]*, de ____/____/____, constante do Processo Administrativo nº _____, _____, têm justo e contratada prestação do serviço objeto deste instrumento, vinculado ao respectivo edital e seus anexos e à proposta apresentada pela CONTRATADA, sujeitando-se as partes contratantes às normas constantes da Lei nº 13.303, de 30/06/2016 e suas alterações posteriores, do Regulamento de Licitações e Contratos da CAIXA e aos preceitos de Direito Privado, bem como às cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

O presente contrato tem por objeto a prestação de serviços de publicidade que compreendem 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 aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, para a CAIXA e para as demais empresas que integram o Conglomerado, inclusive as que vierem integrá-lo, em âmbito nacional e internacional.

Parágrafo Único - A especificação pormenorizada do objeto contratado, os requisitos técnicos e as condições de prestação dos serviços, bem como as obrigações e responsabilidades específicas estão indicadas no Termo de Referência – Anexo I e demais anexos que integra(m) e complementa(m) este contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

São obrigações da CONTRATADA, além das previstas neste contrato e anexos:

- I. Executar, perfeita e integralmente, os serviços contratados, nos horários estabelecidos pela CAIXA e nos prazos ajustados, por meio de pessoas idôneas/tecnicamente capacitadas, obrigando-se a indenizar a CAIXA, mesmo em caso de ausência ou

omissão de fiscalização de sua parte, assumindo total responsabilidade sobre as instalações, móveis, utensílios, máquinas e equipamentos, que porventura sejam colocados à disposição para a prestação dos serviços, garantindo-lhes a integridade, quer sejam eles praticados por empregados, prepostos ou mandatários seus, ressarcindo a CAIXA das despesas com manutenção corretiva decorrente de má utilização, ou restituindo o bem ou o seu correspondente valor, no caso de perda. A responsabilidade estender-se-á aos danos causados a terceiros durante a prestação dos serviços;

- II. Recrutar e contratar a mão-de-obra especializada, em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da CAIXA, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos com pontualidade, apresentando à CAIXA os documentos comprobatórios de toda e qualquer quitação, inclusive os relativos aos salários, benefícios e encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda, total responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos de seus empregados, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica, controle de frequência, sendo diligentes na substituição de seus empregados quando necessário em face de incompatibilidades identificadas no desempenho da atividade, bem como em ausências permitidas, licenças autorizadas, férias, punições, admissões, demissões, transferências, promoções, etc.;
- III. Manter preposto para orientar, coordenar, acompanhar, supervisionar e dar ordens aos prestadores de serviços e resolver quaisquer questões pertinentes à execução do contrato, para correção de situações adversas e para o atendimento imediato das reclamações e solicitações da CAIXA, bem como para que a CAIXA se reporte no caso de encaminhamento de medidas necessárias ao cumprimento da legislação pertinente à segurança e saúde no trabalho, o qual deverá ser formalmente indicado pela CONTRATADA, no ato da assinatura do contrato;
- IV. Conferir e atestar os serviços prestados, garantindo que os mesmos atingem o nível de adequação descrito pela CAIXA, cumprindo, rigorosamente, os prazos estabelecidos pela CAIXA e responsabilizando-se por quaisquer prejuízos que suas falhas ou imperfeições venham causar à CAIXA ou a terceiros, de modo direto ou indireto, além de realizar novamente o serviço incorreto, se for o caso, sem quaisquer ônus para a CAIXA;
- V. Dar ciência à CAIXA, imediatamente e por escrito, de qualquer anormalidade que verificar na prestação dos serviços e prontamente prestar esclarecimentos sempre que lhe forem solicitados;
- VI. Diligenciar para que seus empregados não prestem serviços que não os previstos no objeto deste contrato;
- VII. Assumir todas as despesas e ônus relativos ao pessoal e quaisquer outros oriundos, derivados ou conexos com o contrato, ficando ainda, para todos os efeitos legais, consignada, pela CONTRATADA, a inexistência de qualquer vínculo empregatício entre seus empregados/prepostos e a CAIXA;
- VIII. Agir com total diligência em eventuais reclamações trabalhistas promovidas por seus empregados que estejam ou, em algum momento, estiveram envolvidos na prestação de serviços objeto deste contrato, comparecendo em todas as audiências designadas, apresentando as necessárias contestações e recursos cabíveis, ainda que extinta a relação contratual com a CAIXA. A omissão da CONTRATADA, nas demandas dessa natureza, será considerada falta grave, sujeitando-se à aplicação das sanções previstas neste contrato, assegurada a prévia defesa;

- IX. Indenizar todas as despesas e custos financeiros que porventura venham a ser suportados pela CAIXA, por força de sentença judicial que reconheça a responsabilidade subsidiária ou solidária da CAIXA por créditos devidos aos empregados da CONTRATADA, ainda que extinta a relação contratual entre as partes;
- X. Respeitar e fazer cumprir as normas de segurança e medicina do trabalho previstas na legislação pertinente, inclusive quanto à necessidade de constituição de CIPA, se for o caso, nos termos da “Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e Emprego”;
- XI. Atender às solicitações da CAIXA para realização de serviços extraordinários e para prorrogação do turno contratado, cabendo à CONTRATADA a adoção das providências pertinentes junto à Delegacia Regional do Trabalho competente;
- XII. Fornecer à CAIXA, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, sempre que solicitado, planilha detalhada dos insumos que compõem o preço contratado;
- XIII. Informar à CAIXA, para efeito de controle de acesso às suas dependências, os nomes, os respectivos números da carteira de identidade e CPF(MF) dos empregados alocados na prestação dos serviços, inclusive daqueles designados pela CONTRATADA para exercer atribuições de supervisão, coordenação e controle operacional em relação ao contingente alocado no contrato. Da mesma forma, faz-se necessária a comunicação de todas as ocorrências de afastamento definitivo, no prazo de 24(vinte e quatro) horas, e novas contratações de empregados, até o dia do início do trabalho;
- XIV. Manter, sob as penas da lei, o mais completo e absoluto sigilo sobre quaisquer dados, informações, documentos, especificações técnicas e comerciais da CAIXA, de que venha a tomar conhecimento, ter acesso ou que lhe tenham sido confiados, sejam relacionados ou não com o objeto deste contrato;
- XV. Obedecer às normas e rotinas da CAIXA, bem como a legislação aplicável, em especial, as que disserem respeito à segurança e saúde no trabalho, assumindo todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes de trabalho, quando, em ocorrências da espécie, forem vítimas os seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que verificadas nas dependências da CAIXA;
- XVI. Dispor-se a toda e qualquer fiscalização da CAIXA, no tocante à prestação dos serviços, assim como ao cumprimento das obrigações previstas neste contrato;
- XVII. Fiscalizar o perfeito cumprimento dos serviços a que se obrigou, cabendo-lhe integralmente os ônus decorrentes;
- XVIII. Orientar os seus empregados, treinando-os e reciclando-os periodicamente, tanto no aspecto técnico, como no relacionamento humano, visando a mantê-los plenamente aptos ao perfeito desenvolvimento de suas funções, observadas as exigências e necessidades da CAIXA;
- XIX. Estruturar-se de modo compatível e prover toda a infraestrutura necessária à prestação dos serviços previstos neste contrato, com a qualidade e rigor exigidos, garantindo a sua supervisão desde a implantação;
- XX. Fornecer aos seus empregados todos os equipamentos, recursos materiais e condições necessários para o desenvolvimento de suas funções, exigidos por legislação ou norma do trabalho específica, inclusive, quando for o caso, disponibilizar “e-mail”, sendo vedada a utilização da conta de “e-mail” da CAIXA;

- XXI. Prover todos os meios necessários à garantia da prestação dos serviços contratados e a plena execução do objeto contratado, inclusive nos casos de greve ou paralisação de qualquer natureza;
- XXII. Manifestar-se quanto a aceitação ou não, nas mesmas condições contratuais, de acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste contrato, podendo a supressão exceder o limite estabelecido quando houver acordo entre as partes;
- XXIII. Manter, durante o prazo contratual, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no procedimento de licitação;
- XXIV. Manter perante a CAIXA, durante a vigência do contrato, seu endereço comercial completo (logradouro, cidade, UF, CEP) e eletrônico, telefone, fax e nome dos seus representantes sempre atualizados, para fins de comunicação e encaminhamento de informações e documentos, inclusive os relativos a tributos, em face da condição da CAIXA de substituta tributária;
- XXV. Não manter relação de emprego/trabalho, de forma direta ou indireta, com menor de 18 anos de idade em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menor de 16 anos de idade em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 anos;
- XXVI. Assegurar a não utilização de trabalho em condições degradantes ou em condições análogas à escravidão;
- XXVII. Diligenciar para que seus empregados, quando em serviço na CAIXA, apresentem-se em condições adequadas de descanso, de alimentação, de estado de alerta, entre outras físicas e mentais que garantam a segurança de todos no ambiente da CAIXA, sejam clientes, empregados ou terceirizados;
- XXVIII. Observar estritamente a vedação ao nepotismo, nos termos da declaração anexa, que integra este contrato.
- XXIX. Observar a reserva de cargos prevista em lei para pessoas com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social, bem como as regras de acessibilidade previstas na legislação.
- XXX. Manter conduta compatível com as premissas norteadoras de comportamento estabelecidas no Código de Conduta do Fornecedor CAIXA, disponível pelo [link](#) ou por meio do portal [Licitações CAIXA](#).
- XXXI. Tomar conhecimento dos termos da Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD e de suas regulamentações, zelando pela sua estrita observância, assim como garantindo que seus prestadores conheçam e observem o disposto na LGPD no exercício de suas atividades.
- XXXII. Providenciar assinatura de Termo de Responsabilidade de Segurança da Informação, anexo a este contrato, de todos os seus prestadores que tiverem acesso a sistemas e informações internas da CAIXA e entregar na GEPUP – GN Publicidade e Propaganda, situada no SBS QUADRA 4 LOTE 3/4, 17º ANDAR MATRIZ I, ASA SUL, no prazo de 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do contrato, devendo comunicar a CAIXA e realizar o mesmo procedimento quando houver novos prestadores na execução do serviço.
- XXXIII. Aceitar alterações das condições dos serviços inicialmente pactuados no caso de eventuais mudanças estruturais da CAIXA, inclusive transferência da posição contratual para terceiros, quando essas não trouxerem impactos no equilíbrio financeiro do contrato, ou negociar com a CAIXA ou eventual instituição de transição

ou para um adquirente definitivo, garantindo a continuidade da prestação do serviço até o final do contrato.

- XXXIV. Tomar conhecimento dos termos da Lei nº 12.846/2013 e de suas regulamentações, reconhecendo sua responsabilidade objetiva pelos atos praticados em seu interesse ou benefício, por qualquer pessoa que o represente, bem como adotar as medidas pertinentes no seu âmbito de atuação e influência, para combater a prática de atos lesivos à Administração Pública.
- XXXV. Atuar de acordo com Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo da CAIXA (PLDFT), disponível em: <https://www.caixa.gov.br/Downloads/caixa-governanca/Politica-Prevencao-Lavagem-Dinheiro-e-Financiamento-Terrorismo.pdf> e dar ciência a seus empregados do folder (flyer) sobre a PLDFT disponível no Portal de Licitações da CAIXA <http://licitacoes.caixa.gov.br>.
- XXXVI. Atender às obrigações da Responsabilidade Social, Ambiental e Climática, dispostas na Cláusula Quinta.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

São responsabilidades da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato e anexos:

- I Responder por todo e qualquer dano que causar à CAIXA ou a terceiros, praticado por seus prepostos, empregados ou mandatários, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou acompanhamento pela CAIXA, assegurado o contraditório e a ampla defesa, nos termos do art. 76 da Lei 13.303/2016;
- II Responder por qualquer tipo de autuação ou ação que venha a sofrer em decorrência da prestação dos serviços, bem como pelos contratos de trabalho de seus empregados, mesmo nos casos que envolvam eventuais decisões judiciais, assegurando à CAIXA o exercício do direito de regresso, eximindo a CAIXA de qualquer solidariedade ou responsabilidade;
- III Arcar com quaisquer multas, indenizações ou despesas impostas à CAIXA, por autoridade competente, em decorrência do descumprimento de lei ou de regulamento a ser observado na execução do contrato pela CONTRATADA, as quais serão reembolsadas à CAIXA.
- IV Guardar por si, por seus empregados, ou prepostos, em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza, exibidos, manuseados, ou que, por qualquer forma ou modo, venham tomar conhecimento, o mais completo e absoluto sigilo, em razão dos serviços a serem confiados, ficando, portanto, por força da lei, civil e penal, responsável por sua indevida divulgação e descuidada ou incorreta utilização, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos a que der causa.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CAIXA

A CAIXA obriga-se a:

- I Indicar os locais e horários em que deverão ser prestados os serviços, permitindo, quando for o caso, o acesso dos empregados da CONTRATADA nas dependências da CAIXA, para a execução das atividades contratadas, durante a vigência do contrato;

- II Notificar formalmente a CONTRATADA de qualquer irregularidade encontrada no fornecimento contratado, oportunizando justificativa;
- III Efetuar os pagamentos devidos nas condições estabelecidas neste contrato e no Termo de Referência.
- IV Indicar o representante da CAIXA responsável pela fiscalização e acompanhamento da execução do contrato.
- V Exercer a fiscalização e acompanhamento do contrato por meio do representante especialmente designado.
- VI Aplicar à CONTRATADA as sanções previstas em lei e neste contrato.

Parágrafo Primeiro – No caso de supressão de bens, se o contratado já houver adquirido os materiais e posto no local dos trabalhos, esses materiais deverão ser ressarcidos pela CAIXA pelos custos de aquisição regularmente comprovados e monetariamente corrigidos, podendo caber indenização por outros danos eventualmente decorrentes da supressão, desde que regularmente comprovados.

CLÁUSULA QUINTA: DA RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA

A CONTRATADA deve incorporar a responsabilidade social, ambiental e climática na estratégia, gestão, negócios, produtos, serviços, processos, operações, atividades e no relacionamento com as partes interessadas, no intuito de promover a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável e obriga-se à:

- I Realizar o engajamento e o incentivo a boas práticas socioambientais de seus funcionários, clientes, fornecedores e demais stakeholders.
- II Cumprir as leis, decretos, regulamentos, portarias e normas Federais, Estaduais e Municipais, instruções e resoluções, direta e indiretamente, aplicáveis ao objeto do contrato, inclusive por suas subcontratadas, no que tange as atividades voltadas à responsabilidade social, ambiental e climática e ao gerenciamento do risco social, ambiental e climático.
- III Observar os impactos decorrentes das suas atividades, processos, produtos e/ou serviços, com relação à(ao):
 - a) Combate ao trabalho análogo a escravo, ao trabalho infantil, à exploração sexual e à violação dos direitos e garantias fundamentais e atos lesivos ao interesse comum;
- IV Participar das iniciativas de engajamento em mudanças climáticas e/ou segurança hídrica, quando convidado pela CAIXA.
 - a) A CAIXA realizará convite formal para que a CONTRATADA se comprometa a participar, como forma de incrementar os seus conhecimentos sobre responsabilidade social, ambiental e climática, e possa incorporar progressivamente tais políticas à estratégia e gestão de seus negócios, produtos, serviços e processos.

- V Responder a pesquisa implementada pelo CDP – CARBON DISCLOSURE PROJECT, que trata sobre mudanças climáticas e segurança hídrica ou outra que vier a substituí-la futuramente, sempre que convocado pela CAIXA.
a) A CAIXA viabilizará, junto ao CDP, agenda(s) anuais com a CONTRATADA para esclarecimentos sobre o preenchimento do questionário.
- VI Atuar na prevenção de impactos ambientais e climáticos gerados por seus processos, produtos e serviços e na mitigação, correção ou compensação, quando identificados.
- VII Proteger e preservar o meio ambiente, prevenindo práticas danosas e executando seus serviços em observância à legislação vigente pertinente à responsabilidade social, ambiental e climática, principalmente no que se refere aos crimes ambientais.
- VIII Autorizar a CAIXA a realizar visitas de vistoria às instalações da CONTRATADA, quando solicitado pela CAIXA ou em decorrência de suspeita e/ou denúncia relativas ao descumprimento de obrigações de responsabilidade social, ambiental e climática, assumidas pela CONTRATADA para a execução do objeto contratual.

CLÁUSULA SEXTA – DA REMUNERAÇÃO

Pela perfeita prestação dos serviços, objeto deste contrato, e obedecidas as demais condições estipuladas neste instrumento, a CAIXA remunerará à CONTRATADA da seguinte forma:

- a) 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
- b) Honorários de 8% (oito por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) Honorários de 13,5% (treze e meio por cento) incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados dos serviços de: criação, desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, atendidas as prescrições estabelecidas para as ações publicitárias, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/1965.
- d) Honorários de 1,5% (um e meio por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:
 - i. a cachê e a direito de autor e conexos, na sua utilização ou reutilização em peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição da peça

ou material não proporcionar à CONTRATADA o desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

- ii. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;
- iii. à reimpressão ou reedição de serviços gráficos.

Parágrafo Primeiro - Os honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos, cujo recolhimento é de competência da CONTRATADA.

Parágrafo Segundo - As formas de remuneração estabelecidas poderão ser renegociadas, no interesse da CAIXA, quando da renovação ou da prorrogação do contrato decorrente da licitação

Parágrafo Terceiro - O desconto-padrão de que trata a alínea 'a' é concedido às CONTRATADAS 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 Quarto - As CONTRATADAS repassarão à CAIXA, do valor correspondente ao Desconto-Padrão de 20% a que a agência faz jus, o percentual mínimo de **6,5% (seis e meio por cento)** calculado sobre o valor acertado para cada veiculação, concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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

Parágrafo Sexto - Não haverá pagamento de honorários em ações publicitárias internacionais em que a norma estrangeira aplicável estabelece a previsão de desconto de agência.

Parágrafo Sétimo - A CONTRATADA não fará jus:

- a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
- b) ao ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha, peça e material publicitários por ela executados;
- c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- d) despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, que serão de sua exclusiva responsabilidade;

- e) a nenhuma remuneração ou Desconto de Agência quando da utilização, pela CAIXA, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato;
- f) ao pagamento de honorários em ações publicitárias internacionais em que a norma estrangeira aplicável estabelece a previsão de desconto de agência;
- g) a remuneração pelos serviços executados pela própria CONTRATADA, bem como a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os serviços realizados por fornecedores referentes a produção e a execução técnica de peças e materiais cuja distribuição proporcione a elas, o Desconto de Agência concedido pelos veículos de divulgação.

Parágrafo Oitavo - As contratadas atuarão de acordo com solicitação da CONTRATANTE e não terão garantia de faturamento mínimo sobre o valor contratual nem, particularmente, exclusividade em relação a nenhuma das ações publicitárias objeto da contratação, as quais serão executadas indistintamente e independentemente da classificação das contratadas no certame.

Parágrafo Nono - A previsão orçamentária visando a execução dos serviços de Publicidade, a ser executada para a CAIXA, para os primeiros 12 (doze) meses de vigência do contrato, está estimada em até R\$ 760.000.000,00 (setecentos e sessenta milhões de reais).

Parágrafo Décimo - Fica a critério da CAIXA a definição pela utilização do valor total da dotação orçamentária ou de percentual desse valor no período de 12 (doze) meses.

Parágrafo Décimo primeiro - Caso o contrato decorrente desta licitação seja prorrogado, a CAIXA consignará no orçamento dos próximos exercícios, as dotações necessárias ao pagamento dos serviços.

Parágrafo Décimo segundo - Cabe à CAIXA, a seu critério exclusivo, a decisão de não prorrogar o contrato com a empresa contratada.

Parágrafo Décimo terceiro - A CAIXA se reserva o direito de não convocar nenhuma Licitante para substituir a CONTRATADA cujo contrato tenha sido rescindido ou não tenha sido prorrogado, ficando sob exclusivo critério da CAIXA eventual convocação.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA FORMA DE PAGAMENTO

A CAIXA, após a aceitação dos serviços e verificação do cumprimento de todas as cláusulas contratuais, efetuará o pagamento à CONTRATADA, mediante crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA, obrigatoriamente, em agência da CAIXA.

Parágrafo Primeiro - A CONTRATADA obriga-se a ajustar o seu procedimento de faturamento ao utilizado na CAIXA.

Parágrafo Segundo - O pagamento será efetivado mediante a apresentação dos documentos de cobrança, compostos da nota fiscal/fatura emitida pela CONTRATADA e do(s) documento(s) fiscal(is) do(s) terceiro(s) com o comprovante do respectivo serviço, conforme descrito nos itens deste parágrafo, e no item 9 do Termo de Referência. O pagamento poderá ser realizado diretamente pela CAIXA ou pelas empresas que compõem o conglomerado empresarial.

- a) Veiculação: no mês seguinte ao da efetiva veiculação, sendo o pagamento até o décimo dia útil após a apresentação dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem;
- b) Produção: até o décimo dia útil após apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, após a produção/execução
- 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.

Parágrafo Terceiro - Na comprovação dos serviços efetuados, a CONTRATADA obriga-se a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE a documentação indicada no item 9 do Termo de Referência, para cada tipo de veiculação atendendo às demais condições do item.

Parágrafo Quarto - Toda e qualquer documentação necessária à comprovação da execução dos serviços, bem como os documentos fiscais relativos aos respectivos pagamentos, deverão ser entregues à CAIXA no prazo de até 90 (noventa) dias, a contar da data da veiculação ou do recebimento dos serviços a cargo da CONTRATADA para assumir, com exclusividade, a responsabilidade pelos serviços contratados, inclusive a arcar com as despesas relativas aos respectivos pagamentos.

Parágrafo Quinto - Os pagamentos a fornecedores e veículos devem ser efetuados pela CONTRATADA no prazo de até 5 (cinco) dias úteis a contar do crédito na conta da CONTRATADA.

Parágrafo Sexto - A CONTRATADA deverá informar à CAIXA os pagamentos efetuados a veículos e fornecedores a cada ordem bancária de pagamento emitida, entregando a cópia do comprovante da referida transação à CAIXA, em formato físico ou digital, conforme o acordado, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos a contar do crédito na conta da CONTRATADA.

Parágrafo Sétimo - Todos os documentos de orçamentos, contratos, faturamento ou outros que constarem durante a operacionalização do contrato serão entregues na versão original e assinada, em meio digital ou física, de acordo com a necessidade e orientação da CAIXA.

Parágrafo Oitavo - Todos os documentos entregues em meio digital devem ser assinados por certificação digital nos moldes da MP nº 2.200-2/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP Brasil.

Parágrafo Nono - A CONTRATADA entregará os documentos originais em meio digital e/ou físico, conforme requerido pela CAIXA.

Parágrafo Décimo - Cabe à CONTRATADA a correta emissão da nota fiscal/fatura em conformidade com a legislação tributária pertinente, devendo buscar qualquer informação necessária junto ao fisco ou outra fonte competente, não cabendo à CAIXA ou às empresas que compõem o conglomerado empresarial prestar esse tipo de informação.

Parágrafo Décimo Primeiro - Os documentos para pagamento deverão ser apresentados de forma digital e enviados à área que detenha o mandato de pagamento de fornecedores da CAIXA.

Parágrafo Décimo Segundo - O documento fiscal deve conter todos os elementos exigidos na legislação aplicável, cabendo à CONTRATADA a sua correta emissão, em conformidade com a legislação tributária pertinente, devendo, ainda, constar no seu corpo e apresentar juntamente:

- I A identificação completa da CAIXA ou empresas que compõem o conglomerado empresarial, para o CNPJ informado pelo gestor operacional do contrato no momento de solicitação do faturamento, na qualidade de contratante, bem como o número do processo administrativo que originou a contratação e número do contrato;
- II Descrição de todos os serviços/itens que compõem a respectiva nota fiscal/fatura de forma clara, indicando, inclusive, os valores unitários e totais, o período a que se refere, bem como, a(s) unidade(s) da CAIXA contemplada(s) com os serviços e o Município, com respectiva Unidade Federativa – UF, onde é prestado o serviço.

Parágrafo Décimo Terceiro - O documento fiscal não aprovado pela CAIXA será devolvido à CONTRATADA para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição, contando-se o prazo de pagamento da data de sua reapresentação. A devolução do documento fiscal não aprovado pela CAIXA, em hipótese alguma, autorizará a CONTRATADA a suspender a execução dos serviços ou a deixar de efetuar os pagamentos devidos aos seus empregados.

Parágrafo Décimo Quarto - A CAIXA, ou as empresas que compõem o conglomerado empresarial, fará as retenções dos tributos e contribuições sociais/previdenciárias, quando exigidas legalmente, em conformidade com a legislação vigente. As retenções não serão efetuadas caso a CONTRATADA, comprovadamente, se enquadre em hipótese excludente prevista em legislação, devendo, para tanto, apresentar a documentação pertinente ou declaração que comprove essa condição. Também não ocorrerá a retenção caso a CONTRATADA esteja amparada por medida judicial, que determine a suspensão do pagamento dos referidos tributos e/ou das contribuições previdenciárias, devendo apresentar à CAIXA ou às empresas que compõem o conglomerado empresarial, a cada pagamento, a documentação que comprove essa situação.

Parágrafo Décimo Quinto - Quando houver a prestação de serviço em município cuja Lei Municipal atribua à CAIXA ou às empresas que compõem o conglomerado empresarial a responsabilidade pela retenção do ISSQN na fonte e, por conseguinte, o respectivo repasse, a CONTRATADA é obrigada a faturar os serviços, separadamente, por Município, emitindo quantos documentos fiscais forem necessários, independentemente de a CONTRATADA estar ou não nele estabelecida e da sua situação cadastral na localidade onde os serviços estão sendo prestados.

Parágrafo Décimo Sexto - Os encargos sofridos pela CAIXA ou pelas empresas que compõem o conglomerado empresarial por atraso no repasse de obrigações tributárias de qualquer natureza, bem como das contribuições à Previdência, quando for o caso, decorrentes do atraso na entrega do documento fiscal pela CONTRATADA, serão cobrados diretamente da CONTRATADA.

Parágrafo Décimo Sétimo - A CONTRATADA, além de manter as condições de habilitação durante toda a vigência do contrato, deverá se manter regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF, para verificação da sua regularidade fiscal, no âmbito Federal, bem como da regularidade com a Seguridade Social (INSS) e Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), exigidas no procedimento de contratação.

Parágrafo Décimo Oitavo - A critério e conveniência da CAIXA, será efetuada consulta ao Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF, para verificação da regularidade da CONTRATADA.

Parágrafo Décimo Nono - Constatada a situação de irregularidade, a CAIXA efetuará o pagamento devido pelos serviços prestados, contudo, a CONTRATADA será comunicada por escrito para que regularize sua situação no prazo de 05 (cinco) dias úteis, sendo-lhe facultada a apresentação de defesa, no mesmo prazo, sob pena das sanções cabíveis e, não havendo regularização, rescisão contratual.

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

Parágrafo Vigésimo primeiro - O não pagamento do documento fiscal, por culpa exclusiva da CAIXA, no prazo estabelecido neste contrato, enseja a atualização do respectivo valor pelo IGP-M – Índice Geral de Preços de Mercado, da Fundação Getúlio Vargas, utilizando-se a seguinte fórmula:

$VAT = VIN \times (1 + IGP-M1) \times (1 + IGP-M2) \times \dots (1 + IGP-M-n)$, onde:

VAT: Valor atualizado

VIN: Valor inicial

IGPM-n: Evolução mensal do índice IGP-M/FGV, desde o mês inicial até o mês final da apuração

CLÁUSULA OITAVA – DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

O presente contrato terá a duração de 12 (doze) meses a contar de dd/mm/aaaa, podendo ser prorrogado por sucessivos períodos nos limites definidos na Lei nº. 13.303/2016.

Parágrafo Primeiro – O interesse da CONTRATADA na prorrogação contratual deve ser manifestado, por escrito, com, no mínimo, 4 (quatro) meses de antecedência do vencimento do contrato, podendo a falta de manifestação ser interpretada como desinteresse na prorrogação da relação contratual, ressalvada a possibilidade de discussão acerca de eventuais danos à CAIXA oriundos da não prorrogação.

Parágrafo Segundo – A prorrogação dar-se-á por apostilamento, quando houver manifestação formal e expressa da CONTRATADA e não houver alteração das demais disposições contratuais, dispensando-se a assinatura da CONTRATADA. Caso a prorrogação esteja acompanhada de alterações contratuais que impliquem modificação das obrigações pactuadas, tais ajustes serão formalizados por meio de termo aditivo.

CLÁUSULA NONA – DA FISCALIZAÇÃO

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

Parágrafo Primeiro – A CAIXA, sempre que entender pertinente, realizará consulta ao Registro do CEIS/CNEP/CEPIM (Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas e

Cadastro Nacional das Empresas Punidas/ Cadastro de Entidades Privadas sem fins Lucrativos), para verificar se existe ocorrência de sanções que restrinjam o direito de a empresa participar de licitações ou de celebrar contratos com a Administração Pública ou a existência de penalidades aplicadas pela Administração Pública com base na Lei 12.846/2013;

Parágrafo Segundo – A CAIXA poderá promover as diligências que entender necessárias para verificar a aderência da CONTRATADA à legislação anticorrupção.

CLÁUSULA DÉCIMA – DO RESSARCIMENTO

A CONTRATADA autoriza a CAIXA a descontar o valor correspondente aos danos ou prejuízos apurados diretamente dos documentos fiscais pertinentes aos pagamentos que lhe forem devidos em relação a este contrato ou da garantia contratual, independentemente de qualquer procedimento judicial, depois de assegurada a prévia defesa em processo administrativo para apuração dos fatos.

Parágrafo Primeiro – A CONTRATADA concorda, em casos de prejuízos sofridos pela CAIXA em condenações trabalhistas originadas por seus funcionários, que tais valores sejam glosados das faturas em quaisquer contratos mantidos com a CAIXA, independente de processo administrativo.

Parágrafo Segundo – A CONTRATADA concorda com o desconto de valores apurados a crédito da CAIXA em razão de ato lesivo que tenha praticado, tais como o valor de dano apurado no âmbito da Lei Anticorrupção e multa que lhe tenha sido aplicada com base na Lei 12.846/2013, e que tais valores sejam glosados das faturas em quaisquer contratos mantidos com a CAIXA, independente de processo administrativo.

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

$$VAT = VIN \times (1 + IGP-M1) \times (1 + IGP-M2) \times \dots (1 + IGP-M-n), \text{ onde:}$$

VAT: Valor atualizado

VIN: Valor inicial

IGPM-n: Evolução mensal do índice IGP-M/FGV, desde o mês inicial até o mês final da apuração

Parágrafo Quarto – Caso o acumulado dos índices de correção monetária seja negativo (deflação) para o período referenciado, esse não deverá ser considerado no cálculo de atualização, prevalecendo o valor nominal.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS, ENCARGOS, SEGUROS, ETC.

Correrão por conta exclusiva da CONTRATADA:

- I Todos os tributos que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as obrigações acessórias deles decorrentes;

- II As contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, emolumentos e outras despesas que se façam necessárias à execução dos serviços.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA CONTRATUAL

A CONTRATADA presta garantia contratual no valor de R\$ 7.600.000,00 (sete milhões e seiscentos mil reais), que corresponde a 1% do valor global contratado, apresentando à CAIXA, no ato da assinatura do contrato, o correspondente comprovante, em uma das modalidades a seguir:

- I Caução em dinheiro;
- II Seguro-garantia;
- III Fiança bancária

Parágrafo Primeiro - A caução em dinheiro consiste em depósito em conta bancária remunerada específica, com o fim especial de se garantir o integral cumprimento do contrato, devendo ser efetuado em uma Agência da CAIXA, utilizando-se a operação 008, tendo como beneficiário a CAIXA;

- I Correspondente ao índice de variação do rendimento da caderneta de poupança para o 1º dia de cada mês, excluídos os juros, calculada proporcionalmente, quando for o caso, a contar da data do depósito, até o seu efetivo levantamento;

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

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

- I O seguro deve efetuar a cobertura, até o limite da garantia, de quaisquer prejuízos sofridos pela CAIXA em decorrência de inadimplemento da contratada, inclusive quanto aos encargos trabalhistas e previdenciários e ao ressarcimento das multas, bem como prejuízos advindos de atos, fatos ou indícios de violação pela Contratada às normas anticorrupção, devendo constar nas condições especiais.
 - a) No tocante aos encargos trabalhistas e previdenciários, é permitida a ressalva que condiciona o reembolso de prejuízos ao trânsito em julgado de sentença condenatória.
- II A apólice de seguro deve vir acompanhada de cópia das condições gerais, particulares e/ou especiais convencionais e demais documentos que a integram;
- III A notificação de Expectativa de Sinistro pela CAIXA se dará tão logo seja realizada a abertura do processo administrativo para apurar possível inadimplência do tomador e o processo de Comunicação (Reclamação) ocorrerá mediante comunicação pela CAIXA à seguradora, da finalização dos procedimentos administrativos que comprovem o inadimplemento do tomador, logo após o conhecimento de sua caracterização;

- IV A apólice não deverá estabelecer/impôr prazo máximo para a comunicação pela CAIXA dos procedimentos acima citados, da caracterização do sinistro, de alterações efetuadas no objeto principal e/ou renovações.
- V A apólice deverá manter o endereço eletrônico (e-mail) oficial para os casos de comunicação da CAIXA nos procedimentos acima sinalizados;
- VI Os valores de LMG - Limite Máximo da Garantia e LMI - Limite Máximo de Indenização (caso o LMI seja descrito na apólice) deverão ser coincidentes e de acordo com o percentual correspondente ao valor global contratado, indicado no caput desta cláusula, para as coberturas elencadas no contrato.
- VII A apólice continuará em vigor mesmo quando o tomador não houver realizado o pagamento do prêmio nas datas convencionadas.

Parágrafo Quarto – Para a Reclamação do Sinistro no processo administrativo, a apólice poderá elencar a apresentação dos seguintes documentos:

- I Cópia do contrato principal ou do documento em que constam as obrigações assumidas pelo tomador, seus anexos e aditivos se houver, devidamente assinados pelo segurado e pelo tomador;
- II Cópia do processo administrativo que documentou a inadimplência do tomador;
- III Cópias de atas, notificações, contranotificações, documentos, correspondências, inclusive e-mails, trocados entre o segurado e o tomador, relacionados à inadimplência do tomador;
- IV Planilha, relatório e/ou correspondências informando da existência de valores retidos;
- V Planilha, relatório e/ou correspondências informando os valores dos prejuízos sofridos.

Parágrafo Quinto – Para a Reclamação do Sinistro nas coberturas previdenciárias e trabalhistas, poderão ser exigidos os documentos a seguir relacionados:

- I Certidão(ões) de trânsito em julgado das sentenças proferidas e com os valores homologados;
- II Acordo devidamente homologado pelo Poder Judiciário, quando for o caso;
- III Comprovante(s) de pagamento dos valores constantes na condenação do segurado;
- IV Documentos comprobatórios de que o autor/reclamante trabalhou para o réu/tomador no contrato principal dentro do período de vigência da apólice.

Parágrafo Sexto – A apólice não poderá apresentar como condição para pagamento da indenização a exigência de que a CAIXA interponha recurso ordinário em ações trabalhistas quando o valor da condenação for inferior ao valor do depósito recursal.

Parágrafo Sétimo – A Seguradora, ao emitir a apólice, obriga-se a arcar com eventuais prejuízos que possam ser impostos à CAIXA em decorrência da má execução do contrato.

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

Parágrafo Nono – Somente é aceita Fiança Bancária na via original e que apresente todos os requisitos a seguir:

- I Registro no Cartório de Títulos e Documentos, conforme exigido no art. 129 da Lei 6015/73 (Lei de Registros Públicos);
- II Cláusula estabelecendo prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de mais 30 dias;
- III Expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CAIXA, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- IV Cláusula de renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827, 835 e 838 da Lei nº 10.406/2002 – Novo Código Civil;
- V Cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com a atualização do valor contratual;
- VI Cláusula com a eleição de foro da Justiça Federal, para dirimir questões entre fiadora e credora referentes à fiança bancária;
- VII Declaração da instituição financeira de que a carta fiança é concedida em conformidade com o disposto no art. 34 da Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, nos termos do art. 2º da Resolução CMN nº 2.325, de 1996, do Conselho Monetário Nacional;
- VIII O subscritor da carta de fiança bancária deverá comprovar poderes para atendimento às exigências contidas nas alíneas “III”, “IV”, “VI” e “VII” acima.

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

Parágrafo Décimo Primeiro – A perda da garantia em favor da CAIXA, por inadimplemento das obrigações contratuais, far-se-á de pleno direito, independentemente de qualquer procedimento judicial e sem prejuízo das demais sanções previstas neste contrato.

Parágrafo Décimo Segundo – A garantia deverá ser integralizada, num prazo máximo de 10 (dez) dias, sempre que dela forem deduzidos quaisquer valores ou quando houver alteração contratual que implique em aumento do valor contratado, de modo que corresponda sempre ao percentual pactuado.

Parágrafo Décimo Terceiro – A Contratada deve providenciar a renovação ou prorrogação da fiança bancária sempre que a vigência do contrato for estendida ou prorrogada, mantendo-se o atendimento ao prazo de validade exigido no item II do Parágrafo Nono acima.

Parágrafo Décimo Quarto – A qualquer tempo, mediante negociação prévia com a CAIXA, com as devidas justificativas, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas nos incisos I, II e III do caput desta cláusula.

- I A substituição da garantia, após aceitação pela CAIXA, será registrada no processo administrativo por simples apostilamento, dispensando-se aditamento contratual.

Parágrafo Décimo Quinto - Em caso de decretação de liquidação extrajudicial ou qualquer hipótese de cessação das operações da Seguradora, a Contratada deve proceder imediatamente a substituição da respectiva garantia contratual por outra que seja eficaz.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

- I Multa;
- II Suspensão temporária de participação em licitação e contratação com a CAIXA, pelo prazo de até 2 (dois) anos.

Parágrafo Primeiro – A multa será aplicada nas situações, condições e percentuais indicados a seguir:

- I Pelo descumprimento da legislação pertinente à responsabilidade social, ambiental e climática e gerenciamento do risco social, ambiental e climático: multa de 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global do contrato;
- II Pela violação do Código de Conduta do Fornecedor: multa de 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor sobre o valor global do contrato;
- III 0,1% (um décimo por cento) por dia de atraso na entrega de qualquer serviço, a contar do primeiro dia útil após a data fixada para a entrega, calculada sobre o valor total do serviço em atraso, incluídas todas as etapas do serviço, produção, veiculação, distribuição etc., cobrada em dobro a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia de atraso, limitada a 5% do valor do contrato;
- IV No caso de atraso na entrega dos serviços por mais de 30 (trinta) dias, poderá a CAIXA, a partir do 31º (trigésimo primeiro) dia, a seu exclusivo critério, rescindir este contrato, ficando a CONTRATADA impedida de licitar e contratar com a CAIXA por um período de até 02 (dois) anos;
- V 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor global pelo descumprimento de qualquer das cláusulas contratuais.
- VI 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória do contrato;
- VII 1% (um por cento), calculada sobre o valor do contrato, por:
 - i. inexecução total do contrato;
 - ii. interrupção da execução do contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE;

Parágrafo Segundo – A CONTRATADA autoriza à CAIXA descontar o valor da multa diretamente das notas fiscais/faturas pertinentes aos pagamentos que lhe forem devidos em relação a este contrato e/ou de quaisquer outros contratos que porventura mantenha com a

CAIXA, da garantia contratual, e, se não for suficiente, será cobrado judicialmente, depois de assegurada a prévia defesa em processo administrativo para apuração dos fatos.

Parágrafo Terceiro – A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e contratação com a CAIXA poderá também ser aplicada à empresa ou ao profissional que:

- I Tenha sofrido condenação definitiva por praticar, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II Tenha praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- III Demonstre não possuir idoneidade para contratar com a CAIXA em virtude de atos ilícitos praticados;
- IV Convocado dentro do prazo de validade da sua proposta, não celebrar o contrato;
- V Deixar de entregar a documentação exigida;
- VI Apresentar documentação falsa exigida para o certame;
- VII Ensejar o retardamento da execução do objeto contratado;
- VIII Não mantiver a proposta;
- IX Falhar ou fraudar na execução do contrato;
- X Comportar-se de modo inidôneo, incluindo a prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei 12.846/2013 e desatender e/ou violar o Código de Conduta do Fornecedor CAIXA.
- XI Descumprir a legislação pertinente à responsabilidade social, ambiental e climática e gerenciamento do risco social, ambiental e climático;

Parágrafo Quarto – As sanções previstas nos incisos I e II poderão ser aplicadas concomitantemente.

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

Parágrafo Sexto – As penalidades serão devidamente publicadas no DOU e lançadas no sistema CGU-PJ, mantendo, desta forma, atualizado o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS.

Parágrafo Sétimo – A penalidade de suspensão aplicada à CONTRATADA alcança a figura dos sócios, administradores e dirigentes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOS ILÍCITOS PENAIIS

As infrações penais tipificadas nos artigos 337-E a 337-P do Decreto-Lei nº 2.848/40 (Código Penal) serão objeto de processo judicial na forma legalmente prevista, sem prejuízo das demais cominações aplicáveis.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO DO CONTRATO

A rescisão do contrato se dá:

- I De forma unilateral, assegurada a prévia defesa;
- II Por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo, desde que haja conveniência para a CAIXA e para o contratado;
- III Por determinação judicial;

Parágrafo Primeiro – Constituem motivo para a rescisão unilateral do contrato:

- I O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;
- II A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil da CONTRATADA;
- III O descumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal, que proíbe o trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 18 anos e qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos;
- IV A prática de atos lesivos à Administração Pública previstos na Lei 12.846/2013;
- V Inobservância da vedação ao nepotismo;
- VI Prática de atos que prejudiquem ou comprometam à imagem ou reputação da CAIXA, direta ou indiretamente.
- VII Razões de interesse público, de alta relevância, amplo conhecimento e devidamente justificadas;
- VIII Descumprimento das obrigações previstas na Política de prevenção e combate ao assédio moral, sexual e à discriminação da CAIXA.

Parágrafo Segundo – A rescisão decorrente dos motivos elencados nos incisos acima será efetivada após o regular processo administrativo, quando for o caso.

Parágrafo Terceiro - Os efeitos da rescisão do contrato serão operados a partir da comunicação escrita sobre o seu julgamento, ou, na impossibilidade de notificação do interessado, por meio de publicação oficial.

Parágrafo Quarto – Caso a descontinuidade do contrato traga prejuízos à CAIXA, a decisão poderá prever que os efeitos da rescisão ocorrerão em data futura.

Parágrafo Quinto - Havendo a rescisão do contrato, cessarão todas as atividades da CONTRATADA, relativamente ao serviço contratado.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de dotação orçamentária prevista no item de acompanhamento orçamentário *[informar nº da Rubrica Orçamentária nº (XXXX-XX) – (nome da rubrica orçamentária)]*.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA SUBCONTRATAÇÃO

As CONTRATADAS não poderão subcontratar Agências de Propaganda para a execução dos serviços previstos no objeto desta contratação.

As CONTRATADAS atuarão por conta e ordem da CAIXA, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, que trata da contratação de fornecedores de serviços especializados para a execução das atividades complementares descritas no item 1.1.1 do Termo de Referência, e de veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

Este contrato poderá ser alterado, por acordo entre as partes, nos seguintes casos:

- I Quando houver modificação do projeto ou das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos;
- II Quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos pela Lei nº. 13.303/2016;
- III Quando conveniente a substituição da garantia de execução;

- IV Quando necessária a modificação do regime de execução da obra ou serviço, bem como do modo de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;
- V Quando necessária a modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento, com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação de fornecimento de bens ou execução de obra ou serviço;

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

As partes ficam, ainda, subordinadas às seguintes disposições:

- I É facultado a alocação de pessoa com deficiência nos locais de prestação dos serviços, cabendo à CONTRATADA avaliar a compatibilidade entre a deficiência apresentada e a atividade a ser desempenhada.
- II A CAIXA, para atender às necessidades do serviço, poderá, a seu exclusivo critério, alterar, definitiva ou provisoriamente, o horário de início da prestação dos serviços, mediante prévia comunicação à CONTRATADA;
- III Em razão de eventuais alterações estruturais da CAIXA, poderá haver modificações nos locais de prestação dos serviços, caso em que a CAIXA notificará a CONTRATADA para promover as mudanças necessárias;
- IV É vedado à CONTRATADA caucionar ou ceder os créditos do presente contrato, para qualquer operação financeira, sem prévia e expressa autorização da área da CAIXA responsável pela operação pretendida;
- V Nos casos de utilização deste contrato como garantia para concessão de crédito ou formalização de negócio para a CONTRATADA junto à CAIXA, a autorização caberá à área negocial responsável pelas tratativas;
- VI Na cessão de créditos para outras instituições financeiras, que não a CAIXA, a autorização caberá à área gestora do contrato;
- VII O pagamento de salários, benefícios e demais verbas trabalhistas, previdenciárias e sociais, referentes aos empregados alocados na prestação dos serviços objeto deste contrato, bem como multas e ressarcimentos por prejuízos sofridos pela CAIXA terão preferência sobre a cessão dos créditos;
- VIII O caso de MPE optante pelo Simples Nacional, a Declaração de Empresas Optantes do Simples Nacional, apresentada no ato da assinatura do contrato e que o integra, permite à contratada a obtenção do benefício da dispensa de retenção dos tributos federais, na forma da IN RFB 1.244/2012.
- IX É admitida como válida a assinatura de forma eletrônica dos documentos apresentados, bem como para assinatura do presente contrato, utilizando Certificado Digital no padrão da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira –ICP Brasil ou Sistemas eletrônicos com senha pessoal e intransferível capaz de comprovar a autoria e a integridade dos documentos, na forma do § 2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2/2001.

- X A CAIXA promove a divulgação responsável de sua marca, razão pela qual a Contratada deverá obter autorização da CAIXA para a produção dos conteúdos e para a sua veiculação, sendo considerada falta grave, passível de sancionamento rigoroso a exposição da marca CAIXA ou algum de seus produtos em situação caracterizada como indevida, imprópria ou indecorosa, bem como em espaços de divulgação física ou virtual que possam ser considerados indevidos, impróprios ou indecorosos.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – DO FORO

Para dirimir as questões oriundas deste Contrato, será competente a Seção Judiciária da Justiça Federal do Distrito Federal, na cidade de Brasília/DF.

E por estarem, assim, justas e contratadas, as partes firmam o presente, em 02(duas) vias de igual teor e forma.

Em caso de assinatura eletrônica, conforme previsão legal, o título se reveste de eficácia executiva, dispensando-se a assinatura de testemunhas.

Local/data

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Nome: _____

CPF(MF): _____

DENOMINAÇÃO DA CONTRATADA

Nome: _____

CPF(MF): _____

ANEXO XX DO CONTRATO Nº**DECLARAÇÃO DE VEDAÇÃO AO NEPOTISMO E IMPEDIMENTOS**

A Contratada DECLARA, sob as penas da Lei, que:

1. Não está com o direito de licitar e contratar com a CAIXA suspenso, ou impedida de licitar e contratar com a União, ou que não tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com a União, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;
2. Não é constituída por administrador ou sócio detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital social que seja dirigente ou empregado da CAIXA;
3. Não é constituída por sócio de empresa que estiver suspensa, impedida ou declarada inidônea;
4. Não tem administrador que seja sócio de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea;
5. Não é constituída por sócio que tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
6. Não tenha administrador tenha sido sócio ou administrador de empresa suspensa, impedida ou declarada inidônea, no período dos fatos que deram ensejo à sanção;
7. Não há nos seus quadros de diretoria pessoa que participou, em razão de vínculo de mesma natureza, de empresa declarada inidônea;
8. Não é empregado ou dirigente CAIXA na condição de licitante;
9. Não possui relação de parentesco, até o terceiro grau civil, com:
 - l) Dirigente da CAIXA;
 - m) Empregado da CAIXA cujas atribuições envolvam a atuação na área responsável pela licitação, contratação ou pela gestão operacional do contrato e pela autoridade da CAIXA hierarquicamente superior as áreas mencionadas;
 - n) Autoridade do ente público a que a CAIXA esteja vinculada.
10. Não é proprietário, mesmo na condição de sócio, de empresa que tenha terminado seu prazo de gestão ou rompido seu vínculo com a CAIXA há menos de 6 (seis) meses.

Localidade, _____ de _____ de _____

.....
Assinatura do representante legal da empresa ou Pessoa Física licitante
Nome do representante legal da empresa ou Pessoa Física licitante:
(_____)
Nome/CPF

ANEXO XX DO CONTRATO Nº

DECLARAÇÃO DE EMPRESAS OPTANTES DO SIMPLES NACIONAL
ANEXO IV DA IN RBF 1.244/2012

Ilmo. Sr.
Gerente da Caixa Econômica Federal

(nome da pessoa jurídica), com sede na (sede e endereço completo), inscrita no CNPJ sob o nº _____, DECLARA à CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, para fins de não incidência na fonte do IRPJ, da CSLL, da COFINS, e da Contribuição para o PIS/PASEP, a que se refere o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, que é regularmente inscrita no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional, de que trata o art. 12 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Para esse efeito, a declarante informa que:

I - Preenche os seguintes requisitos:

- a) conserva em boa ordem, pelo prazo de 5 (cinco) anos, contado da data da emissão, os documentos que comprovam a origem de suas receitas e a efetivação de suas despesas, bem como a realização de quaisquer outros atos ou operações que venham a modificar sua situação patrimonial; e
- b) cumpre as obrigações acessórias a que está sujeita, em conformidade com a legislação pertinente;

II - o signatário é representante legal desta empresa, assumindo o compromisso de informar à Secretaria da Receita Federal do Brasil e à CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, imediatamente, eventual desenquadramento da presente situação e está ciente de que a falsidade na prestação dessas informações, sem prejuízo do disposto no art. 32 da Lei nº 9.430, de 1996, o sujeitará, com as demais pessoas que para ela concorrem, às penalidades previstas na legislação criminal e tributária, relativas à falsidade ideológica (art. 299 do Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal) e ao crime contra a ordem tributária (art. 1º da Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990).

, de _____ de _____
Local/Data

Assinatura do Responsável

ANEXO XX DO CONTRATO Nº

TERMO DE CIÊNCIA E ADESÃO
AO CÓDIGO DE CONDUTA DO FORNECEDOR CAIXA

[NOME DA EMPRESA OU FORNECEDOR], inscrita(o) no [CNPJ OU CPF], por meio do seu representante devidamente constituído, [IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DO REPRESENTANTE DO FORNECEDOR], DECLARA, sob as penas da lei, para fins de formalização de contratação com a CAIXA, que:

1. Tomou conhecimento de todos os seus termos e se compromete a cumpri-los integralmente;
2. Compartilhará as condutas contidas neste Código com seus empregados, sua respectiva cadeia produtiva e seus subcontratados, quando for o caso;
3. Não tem conhecimento de qualquer violação ou indício de violação a este Código ou à legislação anticorrupção;
4. Se compromete a informar à CAIXA caso venha a tomar conhecimento de qualquer violação ou indício de violação a este Código ou à legislação anticorrupção;
5. Tem conhecimento de que a manutenção da relação contratual com a CAIXA implica na concordância em seguir este Código e suas eventuais alterações, aditamentos ou revisões futuras;
6. Se compromete em acessar o endereço eletrônico www.licitacoes.caixa.gov.br, para manter-se atualizado em razão de possíveis alterações neste Código de Conduta.

Local, data.

(assinatura)
(nome e cargo)



Código de Conduta do Fornecedor CAIXA

ANEXO XX DO CONTRATO Nº
TERMO DE RESPONSABILIDADE DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO – Exclusivo
para Prestador de Serviço

Nome do Usuário	CPF
Empresa	Função
Lotação	Telefone

Declaro ter permissão de acesso às informações da CAIXA, ou sob sua responsabilidade, recebidas do gestor responsável, necessárias ao desempenho das atividades executadas para a empresa contratada pela CAIXA, à qual sou vinculado, e comprometo-me a cumprir o disposto nos itens a seguir:

1. Conhecer e cumprir, rigorosamente, a Política de Segurança e Informação – PO007 e demais normas e procedimentos da CAIXA relativos à segurança da informação;
2. Estar ciente de que os acessos aos quais se referem o presente Termo foram concedidos para uso exclusivo nas atividades a que se destinam e de que a CAIXA disponibiliza o acesso à Internet, inclusive Redes Sociais, como ferramenta de trabalho;
3. Observar a classificação das informações às quais tiver acesso, de acordo com os critérios estabelecidos pela CAIXA em função das atividades por mim executadas.
4. Não utilizar meus acessos para visualizar informações ou dados desnecessários ao exercício de minhas atividades;
5. Não utilizar meus acessos para copiar ou remover recursos computacionais, informação de propriedade da CAIXA ou por ela administrada, sem autorização para esse fim;
6. Não utilizar meus acessos para interferir em serviços, provocando, por exemplo, congestionamento, alteração, lentidão ou interrupção do tráfego da rede CAIXA;
7. Não utilizar os recursos e acessos disponibilizados pela CAIXA para tratar de assuntos pessoais, criticar a CAIXA e/ou seus empregados, ou em atividades ilegais como difamação, discriminação, obscenidade, pornografia, ameaça, roubo, tentativa de acesso desautorizado a dados ou tentativa de burlar medidas de segurança em sistemas, interceptação de mensagens eletrônicas e violação de direitos autorais;
8. Respeitar os direitos de propriedade, instalando e/ou utilizando somente recursos tecnológicos autorizados e com as respectivas licenças de uso válidas;
9. Não citar ou discutir assuntos internos da CAIXA em ambientes públicos, físicos ou virtuais, e não publicar/compartilhar nas redes sociais qualquer assunto ofensivo à imagem da CAIXA e de seus empregados, rotinas de trabalho e funcionamento das unidades, além de fotos e imagens do interior das unidades da CAIXA que fragilizem a segurança e exponham informações;
10. Não revelar, dentro ou fora da CAIXA, fato ou informação interna ou confidencial de que tenha ciência em razão das atividades desempenhadas para a empresa contratada pela CAIXA, à qual sou vinculado;
11. Comunicar ao preposto da empresa contratada qualquer suspeita ou evidência de transgressão às normas em vigor, principalmente para os casos em que ficar comprovado o comprometimento de informação corporativa da CAIXA ou sob sua responsabilidade, evitando que a imagem da CAIXA seja colocada em risco junto ao seu público interno e externo.

Estou ciente de que:

Processo nº 5688.01.1527.0/2025

- a CAIXA se reserva o direito de monitorar a utilização dos ativos de informação disponibilizados aos usuários, para assegurar o fiel cumprimento das orientações contidas na PO007;
- as responsabilidades quanto à segurança da informação se estendem além do horário de trabalho e continuam mesmo depois de encerrado o contrato de trabalho, para as informações obtidas em virtude das atividades executadas para a empresa contratada pela CAIXA;
- o descumprimento de qualquer item deste Termo pode acarretar a aplicação das sanções citadas nos contratos de prestação de serviço, aplicável à empresa contratada, e, ainda, nos demais processos legais e responsabilidades civil e penal cabíveis, também aplicáveis ao prestador de serviço/preposto.

OBS.: A PO007 (Política de Segurança e Informação) está disponível publicamente no site da CAIXA, no endereço <www.caixa.gov.br>, clique na aba “Downloads”, item “Governança Corporativa”, no link “Política de Segurança e Informação”, ou acessado diretamente pelo endereço <https://www.caixa.gov.br/Downloads/caixa-governanca/politica-seguranca-informacao.pdf>.

_____, ____ de ____ de ____
Local/Data

Assinatura do usuário

Nome, CPF e Assinatura do
Representante/Preposto da Empresa
Contratada

ANEXO XX DO CONTRATO Nº

TERMO DE CIÊNCIA DA POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA CAIXA –PRESTADORAS DE SERVIÇO

Nome Fantasia	CNPJ
Endereço	Telefone
Nome do Representante Legal	CPF

Declaramos estar cientes das diretrizes da Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática disponíveis na página de Sustentabilidade CAIXA (<https://www.caixa.gov.br/sustentabilidade>) e que nos comprometemos a capacitar os prestadores de serviço quanto às referidas diretrizes.

_____, _____ de _____ de _____.
Local/Data

Assinatura do Representante Legal

ANEXO XX DO CONTRATO Nº

TERMO DE CIÊNCIA DA POLÍTICA DE PREVENÇÃO E COMBATE AO ASSÉDIO MORAL E SEXUAL E À DISCRIMINAÇÃO DA CAIXA –PRESTADORAS DE SERVIÇO

Nome Fantasia	CNPJ
Endereço	Telefone
Nome do Representante Legal	CPF

Está ciente das diretrizes da Política de Prevenção e Combate ao Assédio Moral e Sexual e à Discriminação disponíveis na página de Sustentabilidade CAIXA [Política de Prevenção e Combate ao Assédio Moral e Sexual e à Discriminação](#) e que se compromete a capacitar os prestadores de serviço quanto às referidas diretrizes, além de divulgar o Canal de Denúncias da CAIXA a todos os empregados e prestadores de serviço. Nesse sentido, a CONTRATADA compromete-se a:

I. Adotar medidas eficazes de prevenção e enfrentamento ao assédio moral, assédio sexual e a qualquer forma de discriminação, inclusive, mas não se limitando, por motivo de raça, cor, etnia, religião, gênero, identidade de gênero, orientação sexual, deficiência, idade ou condição social, no ambiente de trabalho;

II. Manter conduta compatível com os princípios da dignidade da pessoa humana, da igualdade e do respeito mútuo, responsabilizando-se por atos praticados por seus prepostos, inclusive terceirizados, no âmbito da execução contratual;

III. Divulgar, de forma clara e acessível aos seus empregados e prepostos envolvidos na execução do contrato, o Canal de Denúncias da CAIXA, disponível em <https://www.caixa.gov.br/denuncia>, como meio oficial para o reporte de condutas ilícitas, assédio, discriminação e outras violações éticas relacionadas à execução contratual;

IV. Manter registros e estatísticas de todas as medidas adotadas para cumprimento das obrigações acima, disponibilizando-os à CONTRATANTE sempre que solicitado.

_____, _____ de _____ de _____.
Local/Data

Assinatura do Representante Legal

[ESTA DECLARAÇÃO DEVERÁ SER APRESENTADA PELA EMPRESA CONTRATADA, AO GESTOR OPERACIONAL DO CONTRATO, APÓS A REALIZAÇÃO DOS TREINAMENTOS]

DECLARAÇÃO DE TREINAMENTO DOS EMPREGADOS

Eu,....., CPF....., representante da empresa , CNPJ , no cargo de , declaro que todos os empregados vinculados a esta organização que prestam serviços na CAIXA, receberam treinamento referente aos conteúdos de Ética, Integridade, Segurança da Informação, Gestão de Riscos e Governança Corporativa e Responsabilidade Social, Ambiental e Climática e Prevenção ao Assédio Moral e Sexual, com base no conteúdo de referência fornecido pela CAIXA por meio de seu sítio, no endereço <https://www.caixa.gov.br/sustentabilidade> e www.licitacoes.caixa.gov.br, ícone “Informações aos Fornecedores CAIXA” e <https://www.caixa.gov.br/Downloads/caixa-governanca/Politica-de-Combate-ao-Assedio-Moral-Sexual-Discriminacao.pdf> (ou pelo site www.caixa.gov.br, aba “Downloads”, no link “A CAIXA – Governança Corporativa”).

É nosso compromisso treinar todos os empregados desta organização que vierem a ser contratados durante a vigência do contrato com a CAIXA, antes de prestarem serviços a ela.

_____, _____ de _____ de _____
Local/Data

Nome

ANEXO VIII
TERMO DE COMPROMISSO DE COMBATE À CORRUPÇÃO E AO CONLUÍO ENTRE
LICITANTES E DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA

[NOME DA EMPRESA], inscrita no CNPJ/MF nº, por meio do seu representante devidamente constituído, [NOME E CPF DO REPRESENTANTE DA LICITANTE], doravante denominado [Licitante], para atendimento ao Edital de Licitação CAIXA n.º 0083/5688-2026.

- Consciente de que a sociedade civil brasileira espera dos agentes econômicos a declaração de adesão a princípios, atitudes e procedimentos que possam mudar a vida política do País, assim como anseia pela efetiva prática de tais princípios;

- Desejosa de oferecer à nação uma resposta à altura das suas expectativas;

- Determinada a propagar boas práticas de ética empresarial, que possam erradicar a corrupção do rol das estratégias para obter resultados econômicos;

- Ciente de que a erradicação das práticas ilegais, imorais e antiéticas depende de um esforço dos agentes econômicos socialmente responsáveis para envolver em tais iniciativas um número cada vez maior de empresas e organizações civis;

Sob as penas da lei, em especial o art. 299 e arts. 337-E a 337-P do Código Penal Brasileiro, se compromete a:

1. Adotar, ou reforçar, todas as ações e procedimentos necessários para que as pessoas que integram as suas estruturas conheçam as leis a que estão vinculadas, 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 a CAIXA;

2. Proibir, ou reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização que atue em seu nome ou em seu benefício dê, comprometa-se a dar ou ofereça suborno, assim entendido qualquer tipo de vantagem patrimonial ou extrapatrimonial, direta ou indireta, a qualquer funcionário CAIXA, nem mesmo para obter decisão favorável aos seus negócios;

3. Proibir ou reforçar a proibição de que qualquer pessoa ou organização que aja em seu nome, seja como representante, agente, mandatária ou sob qualquer outro vínculo, utilize qualquer meio imoral ou antiético nos relacionamentos com funcionários CAIXA;

4. Evitar que pessoa ou organização que atue em seu nome ou em seu benefício estabeleça qualquer relação de negócio com as pessoas físicas ou jurídicas, dentro de sua cadeia produtiva, que tenham sido declaradas inidôneas pela Administração Pública;

5. Não tentar, por qualquer meio, influir na decisão de outro participante quanto a participar ou não da referida licitação;

6. Apoiar e colaborar com a CAIXA em qualquer apuração de suspeita de irregularidade ou violação da lei ou dos princípios éticos refletidos nesta declaração, sempre em estrito respeito à legislação vigente;

E, ainda, declara que:

7. A proposta apresentada nesta licitação foi elaborada de maneira independente e que o seu conteúdo, bem como a intenção de apresentá-la não foi, no todo ou em parte, direta ou

indiretamente, informado a, discutido com ou recebido de qualquer outro participante em potencial ou de fato do presente certame, por qualquer meio ou por qualquer pessoa antes da abertura oficial das propostas;

8. Esta empresa e seus sócios-diretores não constam em listas oficiais por infringir as regulamentações pertinentes a valores sócios-ambientais, bem como não contrata pessoas físicas ou jurídicas, dentro de sua cadeia produtiva, que constem de tais listas;

9. Está plenamente ciente do teor e da extensão deste documento e que detém plenos poderes e informações para firmá-lo.

_____, ____ de _____ de _____

[REPRESENTANTE LEGAL DA LICITANTE,
COM IDENTIFICAÇÃO COMPLETA]

**ANEXO IX
DECLARAÇÃO DO LICITANTE****À****CAIXA ECONÔMICA FEDERAL****CECOT**

Referência: Licitação CAIXA nº 0083/2026

A _____ [RAZÃO SOCIAL/NOME], inscrito(a) no _____ [CNPJ/CPF], por meio do seu representante devidamente constituído, _____ [IDENTIFICAÇÃO COMPLETA DO REPRESENTANTE], DECLARA, sob as penas da lei, que:

1. Tomou conhecimento de todas as informações e condições para o cumprimento das obrigações objeto desta Licitação por meio do Edital publicado;
2. Obriga-se a informar a existência de fato superveniente impeditivo de sua habilitação;
3. Preenche todos os requisitos e condições de habilitação constantes do Edital, não se enquadrando em quaisquer das situações de impedimento nele previstas;
4. Tem ciência das condições impostas pela Lei nº 13.726/2018, está ciente que na hipótese de declaração falsa fica sujeita às sanções administrativas, civis e penais aplicáveis, e atesta que os documentos constantes no Portal Licitações CAIXA, apresentados a título de documentação para habilitação no certame (incluindo eventuais diligências) são cópias fiéis dos correspondentes documentos originais;
5. Seu representante devidamente constituído responde por uma única pessoa jurídica, para manifestação nos procedimentos de habilitação e demais fases e atos inerentes à Licitação.
6. Tem ciência das disposições da Lei nº 13.709/2018 (LGPD) e da publicação dos documentos fornecidos/consultados para habilitação neste Credenciamento no Portal da Transparência CAIXA e no PNCP, em atendimento à Lei nº 13.303/2016 e determinação dos Órgãos de Controle Externo.

_____, _____ de _____ de _____

Local/Data

[Nome e assinatura do representante legal]

Esta declaração deve ser assinada por meio de certificado digital padrão ICP-BRASIL, tendo sua conferência e validação realizada através da ferramenta "verificador de conformidade", disponibilizada pelo ITI – Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (<https://verificador.iti.gov.br>) ou por meio de Sistemas eletrônicos com senha pessoal e intransferível capaz de comprovar a autoria e a integridade dos documentos.

ANEXO X
TERMO DE RESPONSABILIDADE E DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE CONFLITO
DE INTERESSES - SUBCOMISSÃO

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Plano de Comunicação Publicitária e na Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

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

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

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

Eu, inscrito no CPF nº, vinculado(a) ao (à)sob matrícula nº, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Licitação realizada pela CAIXA, para a contratação de empresa de Publicidade, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, a:

- I NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
- II NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Licitação em comento;
- III NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Licitação em comento;
- IV NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Licitação;

- V NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa(m) ser por mim beneficiado(s) ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- VI NÃO receber remuneração, presente, comissão, favor de partes ou vantagens de qualquer espécie de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
- VII NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
- VIII NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Licitação.

2. Declaro, por fim, que:

- I Não possuo qualquer interesse pessoal no resultado desta Licitação, nº XXX/202X, instaurada pela CAIXA ECONÔMICA FEDERAL para contratação dos serviços de publicidade e propaganda;
- II 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, objeto da presente licitação.
- III Não possuo qualquer vínculo comercial/profissional com empresa que preste qualquer tipo de serviço à empresa que atue no ramo de publicidade, objeto da presente licitação.
- IV 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/data: _____, _____ de _____ de _____.

Assinatura