



**AVISO EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 02/2014**  
**CONCORRÊNCIA Nº 001/2014**

O Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN torna pública a realização de Licitação cujo OBJETO é a contratação de serviços de publicidade, por meio de uma AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.

1

Data: **02/04/2014 às 14 horas**

Local: Sede do IBRAVIN - Alameda Fenavinho, n. 481, edificação n. 29, bairro Fenavinho, na cidade de Bento Gonçalves – RS

Fone: **(54) 3455 1800**

site: [www.ibravin.org.br](http://www.ibravin.org.br)

Bento Gonçalves/RS, 13 de fevereiro de 2014.

**Processo Licitatório nº 02/2014**  
**Concorrência nº 001/2014**

**Licitação, modalidade CONCORRÊNCIA**, visando a contratação de serviços de publicidade, por meio de uma AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.

**Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN** por intermédio de sua Direção Executiva, contando com recursos do Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura – FUNDOVITIS – PROMOÇÃO ou outras fontes, por meio de convênio realizado com o IBRAVIN, torna público pela presente **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e legislação pertinente, observadas as exigências das Leis no 4.680/65 e 12.232/10, e demais disposições do presente Edital, da minuta de Contrato e dos Anexos que o integram, no valor previsto de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para o ano de 2014, que está aberto o processo licitatório especificado nesta e serão recebidos os envelopes contendo a documentação e a proposta na Alameda Fenavinho, n. 481, Ed. n. 29, Bairro Fenavinho, Bento Gonçalves-RS, **no dia 02 de abril de 2014 às 14 horas**, quando será dado início à abertura dos envelopes da documentação pertinente ao seguinte:

---

**1. OBJETO**

---

1.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de serviços de publicidade, previstas na Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010, tecnicamente capacitada para a publicidade institucional dos vinhos, espumantes e suco de uva, bem como outras campanhas de interesse do setor vitivinícola, gerenciadas pelo IBRAVIN, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.1. Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar o público em geral.

- 1.2. Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
- 1.2.1. Ao 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;
  - 1.2.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
  - 1.2.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- 1.3. É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as atividades de pesquisas de opinião, promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.
- 1.4. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.
- 1.5. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n. 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.
- 1.6. A agência atuará por conta e ordem do IBRAVIN, em conformidade com o art. 3 da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 1.7. A agência **não** poderá subcontratar outra agência de propaganda ou terceiros para a execução de serviços previstos no item 1.1 e subitem 1.1.1.
- 1.8. A EMPRESA LICITANTE que vier a ser CONTRATADA atuará de acordo com as solicitações e orientações do IBRAVIN, **não lhe sendo assegurada a exclusividade** da prestação dos serviços supramencionados.

---

## 2. PREÇO E PRAZO

---

- 2.1. O valor a ser utilizado para publicidade e propaganda é estimado para o período de um ano, a contar da data de assinatura do contrato. O recurso se dará pela soma das dotações orçamentárias previstas pelo projeto de Promoção e Divulgação do IBRAVIN, que conta com recursos do FUNDOVITIS, no montante de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).
- 2.2. O IBRAVIN se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.
- 2.3. O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso e respeitando integralmente o disposto no art. 14 e respectivos parágrafos, da Lei n. 12.232/2010, em função dos custos respectivos, observando, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, os quais serão submetidos à apreciação do gerenciador do respectivo contrato no IBRAVIN, que decidirá quanto a sua aprovação.
- 2.4. O contrato referente ao objeto da presente licitação, terá por prazo de vigência o período de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por igual, maior ou menor período, até o limite máximo de duração de 60 (sessenta) meses, mediante termo expresso.

---

## 3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

---

- 3.1. Poderá participar desta licitação pessoa jurídica constituída legalmente, desde que:
- 3.1.1. Satisfaça a definição de pessoa jurídica especializada no objeto do presente edital, devendo, para tanto, constar expressamente no Ato Constitutivo o objeto AGÊNCIA DE PUBLICIDADE;
  - 3.1.2. Atenda às condições deste EDITAL e apresente os documentos nele exigidos nas datas determinadas e na forma requerida;
  - 3.1.3. Não tenha sido considerada inidônea por órgãos ou entidades integrantes da Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta;
  - 3.1.4. Não esteja cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou impedida de contratar com o IBRAVIN;
  - 3.1.5. Não tenha falência decretada ou esteja em recuperação judicial ou extrajudicial, ou ainda em processo de liquidação ou dissolução;
  - 3.1.6. Não tenha funcionário ou conselheiro do IBRAVIN em seu quadro funcional ou diretivo.
- 3.2. Nenhuma EMPRESA LICITANTE poderá participar da Licitação com mais de uma proposta.
- 3.3. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 5.2.1.2.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 3.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o IBRAVIN não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 3.5. Após o encerramento do prazo para entrega dos envelopes, nenhum outro documento será recebido, nem serão permitidos adendos ou acréscimos à documentação e propostas, salvo a critério da CEL (Comissão Especial de Licitações), para instruir eventuais impugnações interpostas.

---

#### 4. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

---

- 4.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
- 4.1.1. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.
  - 4.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.
- 4.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

- 4.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.
- 4.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital.
- 4.5. Não serão aceitas propostas enviadas por outros meios além dos supramencionados.

---

## 5. APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS E PROPOSTAS

---

- 5.1. Os interessados em participar da presente Licitação deverão apresentar **CINCO** envelopes distintos:

### 5.2. PROPOSTA TÉCNICA:

- 5.2.1. A proposta técnica deverá ser apresenta em **TRÊS** invólucros distintos e fechados, sendo:

5.2.1.1. **INVÓLUCRO 1 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA**

5.2.1.2. Não poderá ter **nenhuma identificação**, deverá ser lacrado com cola aplicada na parte interna da aba do envelope (sem etiqueta colante nem lacre externo).

**5.2.1.2.1. O INVÓLUCRO 1 será fornecido pelo IBRAVIN.**

5.2.1.3. **INVÓLUCRO 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA**

5.2.1.4. Neste Invólucro deverá constar, na parte externa, a seguinte informação:

**Ao IBRAVIN**

**At. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES**

**Processo Licitatório 02/2014 – CONCORRÊNCIA 01/2014**

**Data:** 02 de abril de 2014

**Horário:** 14 horas

**INVÓLUCRO N° 2: VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO**

**Identificação da Proponente:**

5.2.1.5. **INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES:**

5.2.1.5.1. Capacidade de Atendimento;

5.2.1.5.2. Repertório;

5.2.1.5.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.2.1.6. Neste Invólucro deverá constar, na parte externa, a seguinte informação:

**Ao IBRAVIN**

**At. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES**

**Processo Licitatório 02/2014 – CONCORRÊNCIA 01/2014**

**Data:** 02 de abril de 2014

**Horário:** 14 horas

**INVÓLUCRO n° 3: CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

**Identificação da Proponente:**

5

### 5.3. PROPOSTA DE PREÇOS

5.3.1. **INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA DE PREÇOS**

5.3.2. Neste Invólucro deverá constar, na parte externa, a seguinte informação:

**Ao IBRAVIN**

**At. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES**

**Processo Licitatório 02/2014 – CONCORRÊNCIA 01/2014**

**Data:** 02 de abril de 2014

**Horário:** 14 horas

**INVÓLUCRO n° 4: PROPOSTA DE PREÇOS**

**Identificação da Proponente:**

### 5.4. HABILITAÇÃO

5.4.1. **INVÓLUCRO 5 – HABILITAÇÃO**

5.4.2. Os documentos de habilitação serão apresentados somente após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), fechado e rubricado no fecho, apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

5.4.3. Neste Invólucro deverá constar, na parte externa, a seguinte informação:

**Ao IBRAVIN**

**At. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES**

**Processo Licitatório 02/2014 – CONCORRÊNCIA 01/2014**

**INVÓLUCRO n° 5: HABILITAÇÃO**

**Identificação da Proponente:**

5.5. A abertura das Propostas será em reunião pública, a ser realizada na mesma data imediatamente após a entrega das Propostas.

- 5.6. Os Documentos recebidos abertos ou por fax, ou por forma diversa do disposto neste edital não serão considerados e serão devolvidos.

---

## 6. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

---

- 6.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros n. 1, n. 2 e n. 3.
- 6.1.1. No Invólucro n. 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os subitens 5.2.1.1. e 5.2.1.2.
- 6.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo IBRAVIN.
- 6.1.2. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada de segunda a sexta – feira no horário das 8h30min às 11h45min e das 13:30 às 17:30 horas, na Alameda Fenavinho, n. 481, Ed. 29, Bairro Fenavinho, nas dependências do Instituto Brasileiro do Vinho, em Bento Gonçalves/RS.
- 6.1.2.1. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.
- 6.1.2.2. O Invólucro n. 1 deverá estar sem identificação e sem rubrica, apenas lacrado com cola aplicada na parte interna da aba do envelope.
- 6.1.2.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro n. 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro n. 1 não poderá:
- 6.1.2.3.1. ter nenhuma identificação;
- 6.1.2.3.2. apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- 6.1.2.3.3. estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- 6.1.3. No Invólucro n. 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 5.2.1.3.
- 6.1.3.1. O Invólucro n. 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.1.4. No Invólucro n. 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, doravante denominados Conjunto de Informações, de que trata o subitem 5.2.1.5.
- 6.1.4.1. O Invólucro n. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação estabelecida no subitem 5.2.1.6.
- 6.1.4.2. O Invólucro n. 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 6.1.4.3. O Invólucro n. 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

---

## 7. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

---



- 7.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no INVÓLUCRO N. 4.
- 7.2. O Invólucro n. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho.
- 7.3. O Invólucro no 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

---

## 8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

---

- 8.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
- 8.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 8.3. O **Plano de Comunicação Publicitaria – Via Não Identificada** deverá ser apresentado da seguinte forma:
- 8.3.1. em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- 8.3.2. com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- 8.3.3. sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- 8.3.4. com textos justificados;
- 8.3.5. com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- 8.3.6. com texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- 8.3.7. com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- 8.3.8. em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- 8.3.9. capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas sem identificação da licitante.
- 8.4. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabela, observadas as seguintes regras:
- 8.4.1. os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'Arial', estilo 'normal', 'automático', tamanho '10 pontos';
- 8.4.2. as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite de 10 páginas.
- 8.5. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em tons de cinza.
- 8.6. As tabelas, gráficos e planilhas desse subquesito poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.
- 8.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 8.3
- 8.7.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro n. 1, cabendo à licitante atentar para que estas não venham a deformar o invólucro, nem identificá-lo.

- 8.8. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.
- 8.9. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da relação de peças e da Estratégia de Mídia, estão limitados individualmente conforme disposto no subitem 8.14, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos. Todavia, cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no item 6.1.2.3.
- 8.10. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.
- 8.11. Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens.
- 8.12. Essas páginas devem seguir as especificações do item 8.3, no que couber.
- 8.13. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, deverá ser elaborado com base no
- 8.14. Termo de Referência (Anexo I), observadas as seguintes disposições:
- 8.14.1. **Raciocínio Básico:** Composto de um texto, de no máximo duas páginas, em que a licitante deverá expressar seu entendimento acerca das campanhas propostas pelo IBRAVIN, baseado no Problema Específico de Comunicação, conforme definido no Termo de Referência (Anexo I deste Edital).
- 8.14.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Constituída de texto de no máximo duas páginas, em que a licitante exporá os conceitos e o temas a serem desenvolvidos, de acordo com o Raciocínio Básico, devem fundamentar as campanhas Institucionais e os Problemas Específicos de Comunicação, conforme o que está contido no Termo de Referência (Anexo I deste Edital), justificando e formulando ações que coloquem em prática as estratégias proposta, respeitando os limites da verba prevista.
- 8.14.3. **Ideia Criativa:** Síntese das propostas conceituais contidas na Estratégia de Comunicação Publicitária através de uma redução de mensagem que pode ou não assumir forma de um slogan, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, a ideia criativa. Poderão, ainda, serem anexados layouts de anúncios, *story boards* de comerciais para TV, *layouts* eletrônicos para TV e/ou rádio, limitados a uma peça para cada um dos seguintes meios, totalizando 5 (cinco) peças:
- 8.14.3.1. Rádio;
- 8.14.3.2. TV;
- 8.14.3.3. Anúncio Revista;
- 8.14.3.4. Anúncio Jornal;
- 8.14.3.5. Anúncio Web.
- 8.14.4. **Estratégia de Mídia:** Máximo de três páginas de texto, não se considerando o plano e as tabelas, que evidencie:
- 8.14.4.1. o conhecimento e análise dos hábitos de comunicação dos públicos previstos, apresentados sob a forma de texto, onde deverá ser incluída memória que explicita e justifique as premissas assumidas, sendo permitida a inclusão de tabelas como anexos;
- 8.14.4.2. a utilização dos recursos à disposição da linha de atuação, mediante texto em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de produção (detalhando quantidades



e custos) e veiculação, acompanhado da devida justificativa e da inclusão de tabelas vigentes, como anexos, que sirvam de apoio aos argumentos oferecidos;

8.14.4.3. a simulação do plano de distribuição das peças de que trata a alínea "ideia criativa", acompanhada de planilhas, tabelas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas;

8.14.4.4. da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção;

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

8.14.4.5.1. o período de distribuição das peças e ou material;

8.14.4.5.2. as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

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

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

8.14.4.5.5. as quantidades a serem produzidas de cada peça;

8.14.4.5.6. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça;

8.14.4.5.7. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça.

8.14.4.6. Nessa simulação:

8.14.4.6.1. os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

8.14.4.6.2. deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965;

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

8.14.5. A critério do IBRAVIN, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

8.15. **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, sem os exemplos de peças e material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.16. **A Capacidade de Atendimento**

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

8.16.2. Compreende tanto a capacidade geral de atendimento, considerando-se a totalidade dos setores da licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Este tópico, a ser abordado sob a forma de texto, sem anexos, inclui:

8.16.2.1. quantificação e qualificação dos profissionais, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência) que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante, devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;

8.16.2.2. sistemática de atendimento, com clara indicação das atribuições a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação. Serão discriminados os prazos para criação de uma campanha completa, plano de mídia e peça avulsa;

8.16.2.3. relação nominal de até todos os clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um dos clientes na forma da seguinte tabela:

Nº	Razão Social	Nome Fantasia	Período de atendimento
01			
02			
03			
04			
05			
06			
07			
08			
09			
10			

8.16.2.4. descrição das instalações de infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

8.16.2.4.1. a Comissão de Licitação Especial poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder uma vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a execução dos serviços objeto desta Concorrência;

8.16.2.5. a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição do cliente, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**8.17. Repertório:**

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

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

- 8.17.3. O repertório deve abranger a apresentação da reprodução de peças publicitárias que indiquem o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado, em número máximo de três comerciais de TV ou cinema (obrigatoriamente em DVD), três *spots* ou *jingles* de rádio (obrigatoriamente em CD), três anúncios de jornal, três anúncios de revista e até três peças de mídia externa ou material gráfico, *layout* do site, todos com as respectivas fichas técnicas com identificação da licitante, dos profissionais envolvidos, data de produção, período de veiculação e indicação de pelo menos 2 veículos que divulgaram cada peça, exceto mídia externa, material gráfico e *layout* do site.
- 8.17.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem precedente, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas.
- 8.17.5. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo IBRAVIN.

#### **8.18. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- 8.18.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 8.18.2. Compreende a apresentação de até três "*cases stories*", sob a forma de texto descritivo (máximo de três páginas) dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados.
- 8.18.3. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo. É permitida a apresentação de até três anexos para cada case.
- 8.18.4. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem anterior, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados.
- 8.18.5. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pelo IBRAVIN.

#### **8.19. Tratamento dos Direitos Autorais:**

- 8.19.1. A licitante fará constar, sob pena de desclassificação, em sua proposta técnica, declaração de que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, dentro do que determina o art. 28 da Lei do Direito Autoral - Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, com cessão expressa e definitiva ao IBRAVIN, por prazo indeterminado, de todos os direitos patrimoniais de uso, fruição e disposição, discriminando os casos que se seguem:
- 8.19.2. Inclui-se na cessão expressa e definitiva ao IBRAVIN todos os direitos patrimoniais de uso, fruição e disposição os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte, finalização e matéria audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra preexistente que não seja de domínio público, *jingles*, *spots*, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção e produção - e semelhantes, **tanto criados e produzidos pela própria agência como por empresas ou profissionais especializados contratados pela agência;**

- 8.19.3. para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- 8.19.4. compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.
- 8.19.5. compromisso de, para cada produto criado, entregar o arquivo para o IBRAVIN, salvo em CD ou DVD, com arquivo finalizado e em curvas.

---

## 9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

---

- 9.1. A Subcomissão Técnica prevista no item 15 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 9.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

### 9.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

#### 9.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- 9.2.1.1.1. das funções e do papel do IBRAVIN nos contextos social, político e econômico;
- 9.2.1.1.2. da natureza, da extensão e da qualidade das relações do IBRAVIN com seus públicos;
- 9.2.1.1.3. das características do IBRAVIN e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- 9.2.1.1.4. sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- 9.2.1.1.5. dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo IBRAVIN;
- 9.2.1.1.6. das necessidades de comunicação do IBRAVIN para enfrentar esse desafios ou problemas.

#### 9.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- 9.2.1.2.1. a adequação da temática e do conceito propostos à natureza e à qualificação do IBRAVIN e a seus desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação;
- 9.2.1.2.2. a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- 9.2.1.2.3. a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do IBRAVIN com seus públicos;
- 9.2.1.2.4. a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação do IBRAVIN;
- 9.2.1.2.5. a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- 9.2.1.2.6. a capacidade de articular os conhecimentos sobre o IBRAVIN, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de

comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.

**9.2.1.3. Ideia Criativa**

- 9.2.1.3.1. sua adequação aos desafios ou problemas, gerais e ou específico, de comunicação do IBRAVIN;
- 9.2.1.3.2. sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- 9.2.1.3.3. sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- 9.2.1.3.4. a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- 9.2.1.3.5. a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- 9.2.1.3.6. a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- 9.2.1.3.7. sua pertinência às atividades do IBRAVIN e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- 9.2.1.3.8. os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- 9.2.1.3.9. a exequibilidade das peças e ou do material;
- 9.2.1.3.10. a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

**9.2.1.4. Estratégia de Mídia**

- 9.2.1.4.1. o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- 9.2.1.4.2. a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- 9.2.1.4.3. a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores;
- 9.2.1.4.4. a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do IBRAVIN
- 9.2.1.4.5. a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- 9.2.1.4.6. a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**9.2.1.5. Capacidade de Atendimento**

- 9.2.1.5.1. o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- 9.2.1.5.2. a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- 9.2.1.5.3. a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do IBRAVIN;
- 9.2.1.5.4. a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- 9.2.1.5.5. a operacionalidade do relacionamento entre o IBRAVIN e a licitante, esquematizado na proposta;

**9.2.1.6. Repertório**

- 9.2.1.6.1. a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

- 9.2.1.6.2. a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
  - 9.2.1.6.3. a clareza da exposição das informações prestadas;
  - 9.2.1.7. **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**
    - 9.2.1.7.1. a evidência de planejamento publicitário;
    - 9.2.1.7.2. a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
    - 9.2.1.7.3. a relevância dos resultados apresentados;
    - 9.2.1.7.4. a concatenação lógica da exposição.
- 9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.
- 9.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:
- 9.3.1.1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco), nos quais compreende-se:
    - 9.3.1.1.1. Raciocínio Básico: 5 (cinco)
    - 9.3.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco)
    - 9.3.1.1.3. Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)
    - 9.3.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)
  - 9.3.1.2. Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)
  - 9.3.1.3. Repertório: 10 (dez)
  - 9.3.1.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)
- 9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- 9.3.3. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.
- 9.4. Será desclassificada a Proposta que:
- 9.4.1. não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
  - 9.4.2. obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos elencados no item 9.3.1
  - 9.4.3. As propostas que não obtiverem a **nota mínima de cinquenta pontos**.
- 9.5. As que obtiverem nota igual ou superior a quarenta pontos serão classificadas em ordem decrescente, a partir da que acumular maior pontuação, fazendo-se consignar todas as pontuações.

---

## 10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

---

- 10.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:
  - 10.1.1. apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
  - 10.1.2. datada e assinada nos documentos referidos nos itens 13.4, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificada;
  - 10.1.3. elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 10.2 e 10.3.



- 10.2. A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração para os seguintes itens:
- 10.2.1. **Percentual de desconto**, a ser concedido ao IBRAVIN, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul;
  - 10.2.2. **Percentual de honorários**, a serem cobrados do IBRAVIN, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
  - 10.2.3. **Percentual de honorários**, a serem cobrados do IBRAVIN, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
  - 10.2.4. **Percentual de honorários**, a serem cobrados do IBRAVIN, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680/1965.
- 10.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:
- 10.3.1. estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo IBRAVIN:
    - 10.3.1.1. aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
    - 10.3.1.2. aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas as peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
  - 10.3.2. comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao IBRAVIN as vantagens obtidas.
  - 10.3.3. informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (Anexo III).
- 10.4. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 10.5. Só será aceita uma proposta por pessoa jurídica, não podendo a empresa ofertar opção, além do que não serão aceitas ofertas ou vantagens não previstas neste instrumento convocatório.
- 10.6. No caso de divergência entre valores expressos em algarismos e por extenso, prevalecerá o de **MENOR VALOR**.
- 10.7. Em nenhuma hipótese poderá ser alterado o conteúdo da Proposta apresentada.
- 10.8. Não serão levadas em consideração, para efeito de julgamento, propostas que contenham opções de desconto, sendo objeto de desclassificação aquelas que não atendam às especificações e exigências desta CONCORRÊNCIA.
- 10.9. Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitário simbólicos, irrisórios ou de valor zero.

---

## 11. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

---

- 11.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.
- 11.2. Será desclassificada a Proposta de Preços:
- 11.2.1. que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
  - 11.2.2. que apresente preços global ou unitário simbólicos, irrisórios ou de valor zero;
  - 11.2.3. que, de qualquer forma, não observe o disposto na forma de apresentação e elaboração das propostas, descritos no item 10.
- 11.3. Os quesitos a serem valorados são constantes do item 10.2, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1o, da Lei no 8.666/1993, não será aceito:
- 11.3.1. percentual de honorários superior a 4 % (quatro por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
  - 11.3.2. percentual de honorários superior a 4 % (quatro por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
  - 11.3.3. percentual de honorários superior a 10 % (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680/1965.
- 11.4. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.
- 11.4.1. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Descontos/Honorários	Pontos
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no subitem 10.2.1	$P1 = 1,0 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no subitem 10.2.2	$P2 = 5,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no subitem 10.2.3	$P3 = 5,0 \times (4,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no subitem 10.2.4	$P4 = 5,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

11.4.1.1. Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.  
 11.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no item 11.4.1, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

- 11.4.3. O resultado final com maior valor será considerado o de menor preço.
- 11.5. Serão classificadas, em ordem decrescente, as Licitantes, a partir da que acumular maior pontuação, fazendo-se consignar todas as pontuações em ata.

---

## 12. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

---

- 12.1. Para o julgamento final das propostas, será aplicada a seguinte equação, na qual a Nota Final da Proposta Técnica tem peso 8 e a Nota Final da Proposta de Preço tem peso 2:
- 12.1.1.  $NF = \frac{(Nota\ Final\ da\ Proposta\ Técnica \times 8) + (Nota\ Final\ da\ Proposta\ de\ Preço \times 2)}{10}$
- 12.2. A Comissão de Licitação Especial considerará vencedora desta licitação a proposta que obtiver a maior pontuação na Nota Final.
- 12.3. As propostas serão classificadas em ordem decrescente de acordo com a Nota Final obtida por cada licitante.
- 12.4. Em caso de empate entre duas ou mais concorrentes, a decisão dar-se-á pela Licitante que obteve a maior Nota Final da Proposta Técnica e, persistindo o empate, pela Licitante que obteve a maior Nota para o Plano de Comunicação.
- 12.5. Persistindo o empate, a decisão dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocadas todas as licitantes.
- 12.6. Serão classificadas, em ordem decrescente de pontuação, as Licitantes classificadas, fazendo-se consignar todas as pontuações de forma detalhada.

---

## 13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

---

- 13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação **apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final** das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.
- 13.1.1. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro n. 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, conforme já descrito no item 5.4.
- 13.1.2. O Invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.
- 13.2. Os documentos de habilitação deverão ser apresentados atendendo às seguintes especificações:
- 13.2.1. Com todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal ou autorizado da LICITANTE;
- 13.2.2. Alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.
- 13.2.3. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Licitação.
- 13.3. Desta forma, para se Habilitar, a Licitante deverá apresentar, os documentos comprobatórios da sua capacidade jurídica, idoneidade financeira, regularidade fiscal e

previdenciária, documentos estes que deverão ser apresentados ordenadamente numerados e precedidos por uma relação dos mesmos, na forma de Sumário, rubricados por representante legal da LICITANTE.

#### 13.4. Habilitação Jurídica:

13.4.1. Para a Habilitação Jurídica a LICITANTE deverá apresentar cópia de:

13.4.1.1. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrados, exigindo-se, no caso de sociedade por ações, documentos de eleição de seus administradores devidamente registrados.

13.4.1.1.1. Os documentos supramencionados deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

13.4.1.2. Documento de eleição ou de nomeação dos administradores, no caso de sociedades por ações e naqueles em que haja essa previsão nos atos constitutivos;

13.4.1.3. Cédula de Identidade e CPF dos responsáveis legais da LICITANTE.

#### 13.5. Qualificação Econômico-Financeira

13.5.1. Para a Habilitação Econômico-Financeira a LICITANTE deverá apresentar:

13.5.1.1. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica e de suas filiais, se houver, em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta; ou

13.5.1.2. No caso de pessoa jurídica não registrada na Junta Comercial, deverá ser apresentada Certidão Negativa de Execução Patrimonial da sede ou domicílio da LICITANTE, também em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta.

13.5.1.3. Certificado de Capacidade Financeira Relativa de Licitantes emitida pela Contadoria e Auditoria - Geral do Estado - CAGE (Instrução Normativa CAGE nº 02/96, de 22 de agosto de 1996 e do Decreto Estadual nº 36.601 de 10 de abril de 1996), disponível no site [www.sefaz.rs.gov.br](http://www.sefaz.rs.gov.br);

13.5.1.4. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, registrados e assinados pelo contador já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da apresentação da proposta;

13.5.1.5. A Licitante deve apresentar boa situação financeira, deverá ser comprovado por meio de documento, utilizando os índices abaixo :

1) Liquidez Corrente (ILC) acima de 1,10 - Fórmula:  $ILC = AC / PC$

2) Liquidez Geral (ILG) acima de 1,15 – Fórmula:  $ILG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$

3) Liquidez Imediata (ILI) acima de 0,40 – Fórmula:  $ILI = (DISP. / PC)$

4) Liquidez Seca (ILS) acima de 1,00 – Fórmula:  $ILS = (AC - EST.) / PC$

Onde: AC = Ativo Circulante PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo ELP = Exigível a Longo Prazo

Disp = Disponibilidades EST = Estoques

5) A licitante, deverá atingir, para ser considerada habilitada, no mínimo 3 índices dos quatro acima indicados.

- 13.5.1.6. Quando a LICITANTE for constituída por prazo inferior a um ano, o balanço anual será substituído por demonstrações contábeis relativas ao período de seu funcionamento, mantendo-se a necessidade de atingir os índices do item 13.5.1.5, sendo que no mínimo deverá apresentar o balancete e a Demonstração do Resultado do Exercício com defasagem máxima de 60 dias.
- 13.5.1.7. Se a LICITANTE tiver filial, todos os documentos de habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente são emitidos em nome da matriz.
- 13.5.1.8. É vedada a participação de empresa que estiver em processo de recuperação judicial ou extrajudicial.

### 13.6. Regularidade Fiscal

13.6.1. Para a Regularidade Fiscal a LICITANTE deverá apresentar:

- 13.6.1.1. Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Federal**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou à sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação, por meio da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**) ou no Cadastro Geral de Contribuintes (**CGC**);
- 13.6.1.2. Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Estadual**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou à sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- 13.6.1.3. Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Municipal**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou à sede da LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- 13.6.1.4. Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Federal** vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**;
- 13.6.1.5. Na prova de regularidade para com a Fazenda Federal são exigidas Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais administrados pela Secretaria da Receita Federal e Certidão quanto à Dívida Ativa da União.
- 13.6.1.6. Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Estadual** do domicílio ou sede da LICITANTE vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**;
- 13.6.1.7. Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Municipal** do domicílio ou sede da LICITANTE vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**;
- 13.6.1.8. Certidão de inexistência de débitos para com o Sistema de Seguridade Social (**CND-INSS**);
- 13.6.1.9. Certidão atualizada de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (**FGTS**), expedida pela Caixa Econômica Federal (Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, art.27, "a").

### 13.7. Regularidade Trabalhista

13.7.1. Para a prova da regularidade trabalhista, a LICITANTE deverá apresentar:

- 13.7.1.1. Declaração, para os fins do disposto no inciso V do Art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.06.1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27.10.1999, de que a LICITANTE não

emprega pessoa menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, que também não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos em qualquer situação, ressalvada a condição de Aprendiz, e que não emprega menor de 14 (quatorze) anos.

- 13.7.1.2. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – **CNDT**, para fins do disposto no artigo 29, inciso V, da Lei 8.666, de 21.06.1993, acrescido da Lei nº 12.440/2011, prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943.

### **13.8. Qualificação Técnica:**

13.8.1. Para a prova da qualificação técnica, a LICITANTE deverá apresentar:

13.8.1.1. Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei no 12.232/2010, art. 4o e seu § 1o, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

13.8.1.2. No mínimo três (03) atestados fornecidos por clientes – pessoas jurídicas de direito público ou privado - atestando a aptidão da LICITANTE para desempenho da atividade pertinente compatível em características com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços, contendo os seguintes elementos:

13.8.1.2.1. Nome, CGC/MF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;

13.8.1.2.2. Nome, CGC/MF ou CNPJ da LICITANTE que prestou os serviços;

13.8.1.2.3. Descrição pormenorizada dos serviços prestados;

13.8.1.2.4. Período de execução dos serviços;

13.8.1.2.5. Pronunciamento quanto à qualidade dos serviços e em relação ao cumprimento das obrigações assumidas;

13.8.1.2.6. Local e data da emissão do atestado;

13.8.1.2.7. Identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.

13.9. Apresentar declaração de que recebeu os documentos e de que tomou conhecimento de todas as informações e das condições legais para o cumprimento das obrigações objeto desta Licitação.

13.10. A licitante deverá ainda incluir obrigatoriamente no Invólucro n. 5, sob pena de desclassificação, Declaração de Elaboração Independente de Proposta, conforme modelo a seguir:

### **Declaração de Elaboração Independente de Proposta**

Processo Licitatório 02/2014, modalidade Concorrência 001/2014

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante doravante denominada (licitante), para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência n. 001/2014, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado,



discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

\_\_\_\_\_, em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

(representante legal da licitante, no âmbito da licitação, com identificação completa)

### **13.11. Disposições Gerais**

13.11.1. Os documentos comprobatórios da regularidade fiscal, econômico-financeira e trabalhista deverão, na **data de apresentação da documentação**, estar dentro do prazo de validade neles consignado, ou, na falta de tal prazo, serão admitidos como válidos pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

13.11.2. Não serão aceitos documentos que não possuam data de expedição.

13.11.3. Os documentos de habilitação deverão estar todos em nome do estabelecimento matriz ou filial que se apresenta na licitação como sendo a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, referirem-se sempre ao estabelecimento matriz. No caso de pessoa física, devem ser nominais a esta.

---

## **14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

---

14.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

---

## **15. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

---

15.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

- 15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.
- 15.2.1. Um (01) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o IBRAVIN.
- 15.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 18 (dezoito) integrantes, previamente cadastrados pelo IBRAVIN.
- 15.4. A relação dos nomes referidos no subitem 15.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Site do IBRAVIN, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.
- 15.5. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o IBRAVIN, nos termos dos subitens 15.2.1 e 15.3.
- 15.6. A relação prevista no subitem 15.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o IBRAVIN.
- 15.7. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 15.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de justificativa para a exclusão.
- 15.8. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 15.9. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.
- 15.9.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo de 18 membros.
- 15.9.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
- 15.10. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 15.4 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

---

## 16. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

---

- 16.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.
- 16.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4 deste Edital.
- 16.1.2. A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do IBRAVIN, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.
- 16.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

- 16.1.4. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
- 16.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 16.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 16.1.7. A Comissão Especial de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.
- 16.1.8. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o IBRAVIN providenciará sua destruição.

### PRIMEIRA SESSÃO

- 16.2. A primeira sessão pública será realizada na Alameda Fenavinho, n. 481, Ed. n. 29, Bairro Fenavinho, Bento Gonçalves-RS, **no dia 02 de abril de 2014 às 14 horas**, e terá a seguinte pauta inicial:
- 16.2.1.1. identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item 4 deste Edital;
- 16.2.1.2. receber os Invólucros n. 1, n. 2, n. 3 e n. 4;
- 16.2.1.3. conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.
- 16.2.2. O Invólucro n. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se **não**:
- 16.2.2.1. estiver identificado;
- 16.2.2.2. apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro n. 2;
- 16.2.2.3. estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro n. 2.
- 16.2.3. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas no subitem 16.2.2, a Comissão Especial de Licitação não receberá o Invólucro n. 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.
- 16.2.4. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:
- 16.2.4.1. rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros n. 2 e n. 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Licitação, e separá-los dos Invólucros n. 1 e n. 3;
- 16.2.4.2. retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros n. 1;
- 16.2.4.3. abrir os Invólucros n. 3 e rubricar seu conteúdo;

- 16.2.4.4. colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros n. 1 e n. 3;
- 16.2.4.5. informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 18 deste Edital.
- 16.2.4.6. A Comissão Especial de Licitação, antes do procedimento previsto no subitem 16.2.4.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.
- 16.2.4.7. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros n. 1 e n. 3, a Comissão Especial de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Especial de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 16.2.5. A Comissão Especial de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros n. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- 16.2.6. Abertos os Invólucros n. 1 e n. 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Especial de Licitação.
- 16.2.7. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 16.3 e seguintes. Caso contrário a Comissão Especial de Licitação divulgará o resultado na forma do item 18, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos;
- 16.2.8. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:
- 16.2.8.1. encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n. 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- 16.2.8.2. análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- 16.2.8.3. elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 16.2.8.4. encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- 16.2.8.5. análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- 16.2.8.6. elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

- 16.2.8.7. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 9.4.1 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.
- 16.2.8.8. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros n. 2.
- 16.2.8.9. As planilhas previstas nos subitens 16.2.8.3 e 16.2.8.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## SEGUNDA SESSÃO

- 16.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros n. 1 e n. 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:
- 16.3.1.1. identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
  - 16.3.1.2. abrir os Invólucros n. 2;
  - 16.3.1.3. cotejar as vias não identificadas (Invólucro n. 1) com as vias identificadas (Invólucro n. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
  - 16.3.1.4. elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
  - 16.3.1.5. proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
  - 16.3.1.6. informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, com indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação e será publicado na forma do item 18, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea “b” do inciso I do art. 109, da Lei no 8.666/1993.
- 16.3.2. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Especial de Licitação.

## TERCEIRA SESSÃO

- 16.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 18 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- 16.4.1. identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- 16.4.2. abrir os Invólucros n. 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- 16.4.3. colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros n. 4;
- 16.4.4. analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- 16.4.5. realizar a valoração das Propostas de Preço, conforme previsto no item 11;
- 16.4.6. realizar o julgamento final das propostas, de acordo com o previsto no item 12;
- 16.4.7. informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 18 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'b', da Lei no 8.666/1993.

#### QUARTA SESSÃO

- 16.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação convocará as licitantes, classificadas no julgamento final das propostas na forma do item 18 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:
  - 16.5.1. identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
  - 16.5.2. receber e abrir os Invólucros n. 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
  - 16.5.3. analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
  - 16.5.4. colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros n. 5;
  - 16.5.5. informar:
    - 16.5.5.1. o resultado da habilitação;
    - 16.5.5.2. que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 18 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei no 8.666/1993;
    - 16.5.5.3. que será publicado na forma do item 18 deste Edital o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

---

#### 17. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

---

- 17.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o homologante, homologará ou não o



resultado desta concorrência e, assim, aprovará ou não a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras.

---

## 18. DIVULGAÇÃO

---

- 18.1. A critério da Comissão Especial de Licitação e ressalvadas as decisões cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória, todas as decisões referentes a esta Licitação poderão ser divulgadas:
- 18.1.1. Nas sessões de abertura de envelopes;
- 18.1.2. No site do Instituto Brasileiro do Vinho: [www.ibravin.org.br](http://www.ibravin.org.br)
- 18.1.3. Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas LICITANTES.

---

## 19. RECURSOS E PRAZOS

---

- 19.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade.
- 19.2. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolado em até cinco (05) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação, o qual deverá ser julgado e respondido em até três (03) dias úteis antes da data da abertura dos envelopes de habilitação.
- 19.3. Das decisões relativas à licitação, poderão as LICITANTES interpor:
- 19.3.1. Recurso hierárquico, no prazo de cinco dias úteis, contados da intimação da última LICITANTE do ato ou da lavratura da Ata:
- 19.3.1.1. da decisão da Comissão de Especial de Licitação relativa à Habilitação;
- 19.3.1.2. da decisão da Comissão Especial de Licitação relativa ao julgamento das Propostas Financeiras;
- 19.3.1.3. da decisão, anulação ou revogação da licitação;
- 19.4. Representação, no prazo de cinco dias úteis, contados da intimação do ato, nos casos em que não caiba recurso hierárquico.
- 19.5. Os recursos referentes à habilitação e ao julgamento das propostas terão efeito suspensivo.
- 19.6. Do recurso interposto serão notificadas as demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo de cinco (05) dias contados a partir de sua notificação.
- 19.7. Os recursos serão formalizados segundo as regras usuais de direito processual e deverão ser dirigidos à autoridade que praticar o ato. Tratando-se de ato da Comissão, o recurso deverá ser dirigido ao Presidente, e, em anexo, deverão ser deduzidas as razões recursais.
- 19.8. A autoridade administrativa para a qual foi dirigido o recurso deverá exercer o juízo acerca dos pressupostos recursais e do próprio ato impugnado. O não-preenchimento dos pressupostos recursais ensejará sua rejeição, que deverá ser motivada.
- 19.9. Admitido o recurso, a autoridade recorrida deverá determinar o seu processamento, bem como a audiência dos interessados, que poderão manifestar-se no prazo de cinco (05) dias a contar do recebimento da notificação. Após, poderá exercer o juízo de retratação, dentro do prazo de cinco (05) dias, se entender procedentes os argumentos do recurso, fazendo a exposição dos fundamentos concretos que o conduziram ao entendimento adotado.
- 19.10. Admitido o recurso e não havendo retratação, este será levado ao conhecimento da Direção Executiva do IBRAVIN, que deverá proferir decisão final e motivada no prazo de cinco (05) dias contados do recebimento do incidente, provido ou improvido o recurso.

- 19.11. Na contagem dos prazos referidos neste Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o dia de vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste item em dia de expediente do IBRAVIN.

---

## 20. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

---

- 20.1. Findo o processo licitatório, a LICITANTE vencedora e o IBRAVIN celebrarão contrato de prestação de serviços, nos moldes da minuta de contrato constante no Anexo III deste Edital.
- 20.2. A LICITANTE vencedora terá prazo de cinco (05) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o termo de contrato.
- 20.3. Caso transcorra o prazo acima sem que o contrato tenha sido assinado, o IBRAVIN, a seu critério, convocará as LICITANTES remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições negociadas com a primeira classificada.
- 20.4. Até a assinatura do contrato, a LICITANTE vencedora poderá ser desclassificada se o IBRAVIN tiver conhecimento de fato desabonador real e comprovado no tocante à habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e qualificação técnica conhecidos após o julgamento.
- 20.5. Se ocorrer a desclassificação da LICITANTE vencedora por fatos referidos no item anterior, o IBRAVIN poderá convocar as LICITANTES remanescentes por ordem de classificação ou revogar a Licitação, a seu critério.
- 20.6. A presente CONCORRÊNCIA objetiva a celebração de contrato para realização dos serviços licitados pelo período disposto no objeto desta.
- 20.7. Os contratos para a execução dos serviços objeto deste Edital terão duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.
- 20.8. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do IBRAVIN, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei no 8.666/1993.
- 20.9. O IBRAVIN poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993, e no contrato a ser firmado entre as partes, com a exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.
- 20.10. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do IBRAVIN, a retenção de créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.
- 20.11. Será de responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 20.12. A CONTRATADA também se obriga por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.
- 20.13. A CONTRATADA deverá prestar esclarecimentos ao IBRAVIN, sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolva, independentemente de solicitação.
- 20.14. A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Licitação, que envolva o nome do IBRAVIN, se houver autorização formal deste.

- 20.15. É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar o contrato decorrente desta CONCORRÊNCIA para qualquer instituição bancária ou financeira sem prévia e expressa autorização do IBRAVIN.
- 20.16. A CONTRATADA se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei no 12.232/2010 e o item 1.5 do Edital.
- 20.17. Se do contrato resultar obra científica, artística ou literária, os direitos patrimoniais decorrentes pertencerão ao IBRAVIN.
- 20.18. Constituirão parte integrante do contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela LICITANTE vencedora, que tenham servido de base para o julgamento desta Licitação e, quando for o caso, a Proposta de Preços com elas negociada.

---

## 21. FORMA DE PAGAMENTO

---

- 21.1. A remuneração à CONTRATADA, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava da minuta de contrato (Anexo III), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.
- 21.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo III), considerando-se que o pagamento pelos serviços prestados ocorrerá até o quinto dia útil do mês subsequente à prestação do serviço, mediante:
- 21.2.1. Apresentação de documento fiscal hábil;
- 21.2.2. Apresentação de relatório de atividades executadas, devidamente documentado.
- 21.3. O pagamento, a critério do IBRAVIN, poderá ser efetuado mediante depósito em conta corrente da empresa e/ou mediante pagamento de boleto bancário. Se a transferência for feita a instituição bancária diversa do BANRISUL, será descontado da CONTRATADA o valor relativo à taxa bancária, que varia entre R\$ 2,50 (dois reais e cinquenta centavos) e R\$ 8,00 (oito reais), estando esta sujeita a alterações, face as taxas aplicadas pelas instituições financeiras respectivas.

---

## 22. EXECUÇÃO DO CONTRATO

---

- 22.1. Os serviços serão prestados onde a natureza destes exigir, inclusive na sede do IBRAVIN.
- 22.2. A LICITANTE CONTRATADA responsabilizar-se-á com a integralidade Técnica e Ética-Profissional, relativamente aos Serviços contratados, inclusive nas esferas Civil, Administrativa, Criminal e Tributária.

---

## 23. FISCALIZAÇÃO

---

- 23.1. O IBRAVIN nomeará um gestor para executar a fiscalização do contrato resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços, o qual terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sexta da minuta de contrato (Anexo III).

---

## 24. RETIRADA DO EDITAL

---

- 24.1. O Edital e os Anexos poderão ser solicitados no Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN, situado na Alameda Fenavinho, 481, Edificação nº 29, Bento Gonçalves – RS, em horário comercial, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, ou no site [www.ibravin.org.br](http://www.ibravin.org.br).

---

## 25. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

---

- 25.1. Quaisquer informações complementares e esclarecimentos relativos ao Edital ou ao processo licitatório, deverão ser dirigidos por escrito ao Presidente da Comissão Especial de Licitação até 5 (cinco) dias úteis anteriores à data fixada para entrega dos Envelopes, devendo ser tais pedidos protocolados e entregues no Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN, situado na Alameda Fenavinho, 481, Edificação nº 29, Bento Gonçalves – RS, horário comercial, de segunda a sexta-feira, em dias úteis.
- 25.1.1. Os pedidos de esclarecimentos **serão respondidos apenas por escrito**, se possível pelas mesmas vias.
- 25.1.1.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro n. 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.
- 25.1.1.2. A Comissão Especial de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, mediante divulgação no sítio do IBRAVIN na Internet, no endereço: <http://www.ibravin.org.br>.
- 25.1.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

---

## 26. DISPOSIÇÕES FINAIS

---

- 26.1. Não serão consideradas as propostas que deixarem de atender qualquer das disposições desta CONCORRÊNCIA.
- 26.2. Não serão admitidas, sob quaisquer motivos, modificações ou substituições na proposta ou de qualquer documento inserto nas mesmas.
- 26.3. É facultada à Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.
- 26.4. A Comissão Especial de Licitação ou autoridade superior deverão adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro n. 2.
- 26.5. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.
- 26.6. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da prestação dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo IBRAVIN.
- 26.7. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

- 26.8. A Comissão Especial de Licitação poderá, no interesse do IBRAVIN, relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.
- 26.9. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o IBRAVIN comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.
- 26.10. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei no 8.666/1993.
- 26.11. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.
- 26.12. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.
- 26.13. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.
- 26.14. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas e os Documentos de Habilitação, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.
- 26.15. A LICITANTE que obtiver êxito no pleito, que por qualquer motivo der causa ao inadimplemento da obrigação objeto deste convite, sujeitar-se-á às penalidades previstas na Lei das Licitações nº 8.666/93 e posteriores alterações.
- 26.16. A LICITANTE, vencedora da licitação, que se recusar a executar os serviços ofertados ou que não cumprir o prazo estipulado sofrerá as penalidades previstas no artigo 87, incisos II e III, da Lei nº 8.666/93, nas seguintes situações:
- 26.16.1. Ao LICITANTE deste certame que se recusar injustificadamente a assinar o contrato, num prazo de até 05 (cinco) dias contados da convocação, será aplicada multa na razão de 2% (dois por cento) sobre o valor total da proposta, ficando as partes descompromissadas e sendo imputada ao LICITANTE vencedor, ainda, a pena prevista no inciso III do artigo 87 da Lei das Licitações, pelo prazo de 24 (vinte e quatro) meses.
- 26.17. Os eventuais empregados e prepostos da LICITANTE CONTRATADA não terão qualquer vínculo empregatício com o IBRAVIN, correndo por conta exclusiva da CONTRATADA todas as obrigações decorrentes das legislações trabalhista, previdenciária, fiscal, tributária, as quais a CONTRATADA se obriga a saldar na época devida.
- 26.18. Fica assegurado ao IBRAVIN o direito de cancelar a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência dessa medida tenham as LICITANTES direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.
- 26.19. Integram o presente Edital:
- Anexo I: Termo de Referência
  - Anexo II: Modelo de Procuração
  - Anexo III: Minuta de Contrato;

- 26.20. As LICITANTES respondem pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados nas diversas fases do processo licitatório.
- 26.21. O foro de Bento Gonçalves será o competente para dirimir as questões oriundas deste convite e da relação jurídica dela decorrente.

Bento Gonçalves, 13 de fevereiro de 2014.



Carlos Raimundo Paviani  
Diretor Executivo



**Anexo I**

**Termo de Referência**

**Para contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade para o Instituto Brasileiro do Vinho - IBRAVIN**



**1. INTRODUÇÃO**

O IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho tem como um de seus principais objetivos promover e ordenar a cadeia produtiva da uva e do vinho, desenvolvendo ações de promoção, divulgação e integração do setor, tanto no mercado interno quanto externo, capacitando produtores e adequando processos e produtos para fortalecer a imagem dos Vinhos do Brasil.

Dentro do objetivo de buscar estabelecer diretrizes e plano de ações que otimizem o posicionamento, comunicação e marketing para os vinhos brasileiros no mercado interno e através da parceria firmada entre IBRAVIN e entidades representativas do setor de bebidas e importados, que visa ampliar o consumo de vinho brasileiro de 1,9 litros habitante\ano para 2,6 litros habitante\ano até 2016, verifica-se a necessidade de ampliação dos esforços de comunicação para reforçar a categoria no mercado interno.

Para tanto, o Instituto realiza o presente processo licitatório para contratação de uma empresa especializada que tenha competência multidisciplinar para a realização de um plano institucional para vinhos, espumantes e suco de uva. Neste sentido, o presente termo de referência visa fornecer subsídios ao certame licitatório.

**2. O IBRAVIN**

O IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho foi criado em 10 de janeiro de 1998 na forma de sociedade civil, sem fins lucrativos. É o foro em que dialogam, em busca do desenvolvimento harmônico da cadeia produtiva, representantes dos produtores de uva, indústria vinícola, cooperativas, com a participação das diversas entidades de ensino e pesquisa e associações de profissionais ligados ao setor.

A missão do IBRAVIN é ordenar e promover, de forma participativa, a vitivinicultura brasileira, com a fixação de objetivos, estabelecimento de estratégias e execução de ações visando seu fortalecimento, tornando-a competitiva e sustentável, buscando o comprometimento dos partícipes da cadeia produtiva da uva e do vinho, entre si e com os diversos níveis de governo, na execução da política vitivinícola brasileira.

Com a função de encaminhar a execução dos projetos de interesse do setor, sua estrutura funcional está instalada em Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul. A estrutura da entidade é formada pelos seguintes órgãos de administração: **Assembleia Geral, Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal, Conselho Consultivo e Diretoria Executiva.**

**Conselho Deliberativo**

- **Associação Brasileira de Enologia (ABE)** - Criada em 1976 em Bento Gonçalves, a entidade congrega os enólogos do país e é responsável por algumas das principais promoções da vitivinicultura brasileira: a Avaliação Nacional de Vinhos; o Concurso Internacional de Vinhos do

Brasil – que tem a chancela da Organização Internacional do Vinho (OIV) e da União Internacional de Enólogos (UIOE). O Concurso do Espumante Fino Brasileiro, anual, completa o circuito.

- **Associação Gaúcha de Vinicultores (AGAVI)** – Fundada em 1981, a entidade agrega 72 vinícolas, de nove municípios da Serra do Nordeste Gaúcho, as quais são responsáveis por cerca de 40% da produção nacional de vinhos.
- **Comissão Interestadual da Uva** - criada em 1979, reúne os Sindicatos dos Trabalhadores Rurais (STRs) dos principais municípios produtores do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Representam mais de 15 mil famílias de viticultores ligados ao sistema Fetag/Contag.
- **Federação das Cooperativas Vinícolas do Estado do Rio Grande do Sul (FECOVINHO)** - A vitivinicultura local tem no modelo associativista uma de suas principais expressões. O sistema abrange, na Serra Gaúcha, aproximadamente 5,5 mil famílias de viticultores – mais de um terço da mão-de-obra dedicada à atividade no país –, reunidas em 19 cooperativas. Congregadas na FECOVINHO, instituição fundada em 1952, elas respondem por aproximadamente um quarto do vinho produzido no país.
- **Sindicato da Indústria do Vinho do Estado do Rio Grande do Sul (SINDIVINHO/RS)** - Admitido no Conselho em 19/05/2009, o Sindivinho é a mais antiga instituição representativa da vitivinicultura gaúcha e brasileira e um dos mais antigos sindicatos patronais existentes no Rio Grande do Sul.
- **Sindicato Rural de Caxias do Sul (Sindirural)** – Admitido no conselho em 19/05/2009, o Sindirural, de Caxias do Sul, tem base em toda a região da Serra Gaúcha. Representa produtores rurais da Serra Gaúcha ligados ao sistema Farsul/CNA.
- **União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA)** - Tem por objeto social a defesa, o ordenamento e a harmonização institucional da produção, comercialização e promoção da cadeia produtiva brasileira em todo o território nacional e fora dele, sendo composta pelas empresas produtoras de vinhos e espumantes elaborados a partir de variedades *vitis vinifera*, de sucos de uva integrais ou concentrados e de destilados vínicos no Brasil, bem como por suas associações regionais e/ou estaduais.
- **SEAPA** - A participação governamental no Conselho Deliberativo do IBRAVIN se faz por intermédio da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Agronegócios (SEAPA) do Estado do Rio Grande do Sul. Através da representação do órgão, busca-se a harmonização dos projetos e demandas do setor vitivinícola com o programa de governo e com as diretrizes previstas na Política da Vitivinicultura Estadual descritas no âmbito do Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (FUNDOVITIS).

**Além destas instituições, anualmente uma instituição do Conselho Consultivo é indicada para compor o Conselho Deliberativo.**

### Conselho Consultivo

Com o intuito de abrigar um número ainda maior de instituições representativas da vitivinicultura brasileira, o IBRAVIN reformulou seu Estatuto, dando origem ao Conselho Consultivo, para o qual são convidadas a integrar entidades associativas relacionadas ao setor vitivinícola. O Conselho Consultivo tem por objetivo a discussão dos temas relativos ao desenvolvimento da cadeia produtiva da vitivinicultura, em âmbito nacional, para posterior encaminhamento, na forma de ações e projetos, junto às demais instâncias administrativas do IBRAVIN ou aos órgãos e instituições competentes.

Principais projetos coordenados pelo IBRAVIN ou executados em parceria com outras instituições:

- Promoção e divulgação para o Mercado Interno e Externo;
- Programa de Desenvolvimento Estratégico – Visão 2025;
- Cadastro Vinícola e Vitícola – (Em parceria com Embrapa Uva e Vinho, MAPA, SEAPA-RS)

- Capacitação e formação de viticultores, vinicultores e técnicos (Em parceria com a ABE, Embrapa Uva e Vinho, MDA e outros);
- Estudos Técnicos, Setoriais e de Mercado;
- Laboratório de Referência Enológica (convênio com a SEAPA-RS);
- Rede de Centros de Inovação em Vitivinicultura (ação coordenada pela Embrapa Uva e Vinho no âmbito do SIBRATEC e financiada pela FINEP/MCT);
- Assessoria Jurídica em legislação vitivinícola e comércio exterior;
- Programas de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Suco de Uva, Vinhos e Espumantes (Convênio com o Sebrae Nacional e parceria com o Sebrae do RS, SC, PR, SP, ES, BA e PE);
- Ações institucionais nas áreas de Defesa Comercial, Defesa da Concorrência, Autocontrole e outras.

### **2.1 - Wines of Brasil**

O Projeto Setorial *Wines of Brasil* é executado por meio de uma parceria entre o IBRAVIN e a APEX-Brasil, tendo como objetivo principal promover os vinhos e espumantes brasileiros no mercado externo através da organização e participação em diferentes ações:

- Acesso a Mercado (Feiras internacionais, missões técnicas e eventos de degustação);
- Atividades nos pontos de venda/consumo desenvolvidas (ações em PDV churrascarias EUA);
- Ações WEB (Site Wines of Brasil);
- Projeto Imagem (Jornalistas, Formadores de Opinião e Sommeliers de mercados-alvo);
- Projeto Comprador;
- Assessoria em Comunicação.

Objetiva tornar o Brasil uma alternativa atraente dentre os mercados do Novo Mundo e reconhecido como produtor mundial de vinhos e espumantes de qualidade.

Atualmente este projeto conta um número próximo de 40 associados, das principais regiões vinícolas do Brasil, e tem como público-alvo o “*Trade*” (importadores, distribuidores, lojas especializadas), formadores de opinião (jornalistas e sommeliers) e consumidores de vinho abertos a novidades e novas experiências, trabalhando ativamente em 8 mercados prioritários: Estados Unidos, Canadá, Países Baixos, Alemanha, Reino Unido, Polônia, Suécia e Hong Kong.

Abaixo, seguem os parâmetros que também devem ser observados no âmbito desta licitação:

“Num prazo máximo de 5 anos, visamos criar a identidade do vinho brasileiro no exterior, e implementar esforços práticos para a divulgação da mesma, dentro de conceitos que aliem o estilo do produto aos atributos positivos que o público nos países-alvo enxerga e percebe sobre o Brasil”.

#### **Objetivos:**

- Criação de uma única identidade para os vinhos brasileiros, tanto para o mercado externo, quanto para o interno. Para isso, a comunicação dessa imagem deve estar bem alinhada;
- Adequação do produto e da embalagem à comunicação da imagem pretendida;
- Reconhecimento por sommeliers de destaque;
- Posicionamento em locais estratégicos nos mercados prioritários, pela qualidade e estilo do vinho brasileiro.

## 2.2 - Vinhos do Brasil

O projeto “Vinhos do Brasil” visa a promoção do vinho brasileiro no território nacional, potencializando atividades promocionais e de mercado para alterar a percepção de baixa qualidade frente aos concorrentes importados, difundir a cultura do vinho no mercado Brasileiro, aumentar a presença da cadeia junto aos canais de distribuição, democratizar a categoria de vinhos e espumantes, aproximando-a do dia-a-dia das pessoas, gerando valor ao vinho brasileiro e fortalecendo-o no leque de opções que o consumidor possui.

Com este objetivo, iniciou-se em 2008 o reposicionamento da marca “Vinhos do Brasil”. Sua implementação contemplou um plano de comunicação integrada entre:

- Campanha de mídia “Vinhos do Brasil”;
- Projeto Acesso a Mercado (Feiras mercado interno);
- Atividades de marketing de experiência (patrocínio a eventos institucionais, cursos de degustação, ações promocionais, etc.);
- Atividades nos pontos de venda/consumo desenvolvidas (Projeto Trade Marketing);
- Ações WEB (Site IBRAVIN e Vinhos do Brasil);
- Projeto Imagem (Jornalistas, Formadores de Opinião e Sommeliers);
- Assessoria em Comunicação.

Buscou-se que todas as manifestações estivessem integradas para reforçar a mensagem desejada. A ideia é mostrar que o vinho brasileiro é alegre, jovem, autêntico, antenado e focado nas pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências.

Esta mensagem nova, que traduz a diversidade dos vinhos feitos no Brasil e aponta o seu público consumidor, está refletida nas imagens utilizadas nas mais de 60 feiras e eventos nacionais que vêm sendo realizados.

Consistência e continuidade são bases para o desenvolvimento da marca “Vinhos do Brasil” e dos resultados de promoção da categoria dos vinhos verde amarelos.

## 3. POSICIONAMENTO VINHOS DO BRASIL / WINES OF BRASIL

Veja abaixo o posicionamento setorial para a marca Wines of Brasil e Vinhos do Brasil:

### Elementos do Posicionamento da Marca Vinhos do Brasil e Wines of Brasil

- A) PÚBLICO – ALVO (Com quem queremos nos relacionar?)  
Pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências
- B) ESCOPO DE CATEGORIA (O que somos e quem são nossos concorrentes?)  
Vinhos Finos e Espumantes
- C) PONTOS DE PARIDADE (Quais as condições básicas para ser uma opção?)  
Padrão de Qualidade Confiável  
Presença nos Canais de Vendas  
Visibilidade e Conhecimento
- D) PONTOS DE DIFERENÇA (O que temos de diferente dos outros?)  
Autêntico  
Alegre

## VINHOS DO BRASIL / WINES OF BRASIL - BRAND POSITIONING STATEMENT

*Para pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências,*

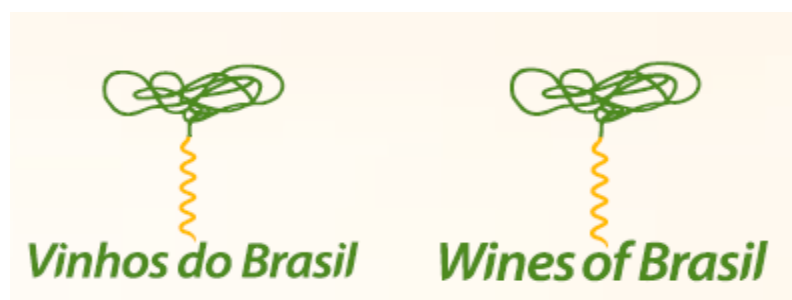
*VINHOS DO BRASIL são a opção de vinhos e espumantes caracterizados pela alegria e autenticidade dos brasileiros.*

Assim, trabalhando com um perfil de consumidor aberto a novas experiências, a estratégia de comunicação dirigiu ao consumidor descomplicado, ousado e alegre a ideia de que abrir um vinho brasileiro se traduzia em algo como “abrir a cabeça” para uma nova experiência. As marcas “Vinhos do Brasil” e “Wines of Brasil”, portanto, trazem na essência a ideia de gerar a experimentação do produto, através de 3 elementos principais:

- **Slogan:** para a comunicação das marcas foi criado o slogan “*Abra e se abra*”, traduzido para o inglês por “*Open your mind*” e apoiado pela frase “Abra sua cabeça, abra um vinho do Brasil”;
- **Ícone:** para a composição gráfica da logomarca, foi criado um ícone. Ele foi desenvolvido pelos irmãos Humberto e Fernando Campana, designers de arte reconhecidos mundialmente pela simplicidade de seu trabalho ao costumar utilizar cores e materiais comuns, como madeira, plástico e outros. Os irmãos Campana criaram como ícone da marca o saca-rolhas, um objeto estilizado, pós-moderno, e ao mesmo tempo simples, mas com design, associando ao conceito de simplicidade e alegria da marca.



- **Logomarca:** com o propósito de se renovar as logomarcas “Vinhos do Brasil” e “Wines of Brasil”, se aplicou o ícone como elemento central da marca utilizando, de forma alegre e ao mesmo tempo “descolada”, as cores da bandeira do Brasil. Isso gerou uma nova marca moderna, atual.



#### 4. Objetivo geral

Com a necessidade de um direcionamento claro e uma estratégia segmentada por produto (vinhos finos e vinhos de mesa), este termo de referência visa contratação de empresa especializada na prestação de serviços publicitários para desenvolver o planejamento de comunicação para a categoria dos vinhos brasileiros no mercado interno e externo.

As estratégias de comunicação apresentadas deverão se deter no posicionamento de marca dos Vinhos do Brasil/Wines of Brasil (*briefing*), já definido pelo setor e também avaliar o público-alvo de cada segmento de produto.

### BRIEFING

#### Apresentação

Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin). Fundado há 15 anos pelas principais instituições representativas do setor produtor de uvas, indústrias e cooperativas vinícolas localizadas no Rio Grande do Sul, maior estado produtor de vinhos do Brasil, tem por objetivo o ordenamento e a promoção do setor e dos produtos vitivinícolas.

A vitivinicultura brasileira pode ser considerada ainda jovem, diante da secular tradição de outros países produtores, sobretudo do continente europeu. Tampouco, é reconhecida como integrante do que se convencionou designar como “Novo Mundo do Vinho”.

Foi somente no final dos anos 80 que vinhos de maior qualidade passaram a ser produzidos de forma mais destacada, promovendo uma profissionalização do setor e a adaptação de uvas finas (*Vitis vinifera*) ao clima da Serra Gaúcha. A região produz hoje vinhos de qualidade satisfatória e crescente. Na virada do século XXI, a produção se expandiu para além das serras gaúchas, encontrando novos espaços no centro-oeste do Rio Grande do Sul, fronteira com o Uruguai e na região norte do Estado.

Além das fronteiras do Rio Grande do Sul, tem se destacado a produção de uvas nas altitudes da Serra Catarinense, no Vale do São Francisco, entre Pernambuco e Bahia e, mais recentemente, em pequenos polos de produção nos Estados do Paraná, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e São Paulo. Cabe ressaltar que, a região do Vale do São Francisco, devido às suas características climáticas, é uma das únicas áreas do mundo cujos vinhedos podem produzir continuamente durante o ano, possibilitando até duas safras anuais em um mesmo vinhedo. Outro destaque brasileiro, beneficiado pelo clima, é a produção de espumantes, reconhecidos hoje entre os melhores do mundo.

No país hoje, o consumo cresce gradativamente, sendo 2 litros *per capita*. No segmento de vinhos finos, em particular, registra-se a tomada de espaços no mercado por produtos importados, principalmente oriundos da Argentina e do Chile, a preços atrativos tomando conta das gôndolas e da preferência nacional.

O que ocorre é que no Brasil, como em qualquer país vitivinícola, são elaborados vinhos de diferentes níveis de acesso aos consumidores: desde produtos populares a outros de categoria *Premium*, mas pela falta de informação o consumidor, em geral, não considera a evolução do setor vitivinícola brasileiro. Conforme estudo de mercado realizado por solicitação deste Instituto, o consumidor, de modo geral, tem a concepção de que o Brasil evoluiu muito qualitativamente, porém os vinhos brasileiros bons são caros. Esta percepção revela uma realidade onde 80% dos Vinhos Finos comercializados no Brasil são importados.

No *trade* existem poucas opções de vinhos brasileiros. Colaborando com isto, as importadoras fazem um trabalho intensivo de treinamento e incentivo com garçons e sommeliers, tomando conta de maior espaço nas cartas de vinhos. Além disso, o consumidor repudia o que considera “alto preço” pelo qual o vinho brasileiro é oferecido e, obviamente, o compara em termos de preço e imagem com o importado em categorias diferentes.



**Concorrência:** As principais dificuldades do setor, hoje, estão relacionadas a dificuldade de reação competitiva dos vinhos relativamente aos produtos importados. Soma-se a esta dificuldade o aumento da produção de uvas nos últimos anos, impulsionadas pela falta do produto no final da década de 90. Como consequência dá-se o aumento dos estoques de vinhos, que colocam em risco a comercialização de uvas nas próximas safras.

Abaixo segue conteúdo parcial extraído da análise SWOT setorial do Projeto Visão 2025:

- ✓ Insuficiente/baixa capacidade para promoção do vinho brasileiro;
- ✓ Baixa escala de produção elevando os custos de produção;
- ✓ Falta de uma identidade /tipicidade própria dos produtos;
- ✓ Pequena importância do setor vitivinícola na economia nacional;
- ✓ Elevada carga tributária;
- ✓ Concentração da oferta e poder dos canais de distribuição;
- ✓ Distância dos principais mercados aliado à falta de uma estrutura de logística adequada oneram os custos de transporte e distribuição.

**Mercado de vinhos finos:** Os grandes concorrentes do vinho fino brasileiro são os importados, que no país chegam já com duas vantagens: melhor percepção dos produtos pelos consumidores e, no caso dos países do Mercosul e do Chile, isenção do Imposto de Importação, o que acarreta em diminuição do preço ao consumidor final, uma vez que o custo de produção argentinos e chilenos são menores que o custo de produção no Brasil.

Em suma, eles precisam fazer menos para se difundir. Algumas empresas e importadoras de médio e grande porte tem uma eficiente rede de distribuição, investem em mídias segmentadas e promovem ações de degustação, mas a maioria acaba realmente beneficiando-se nos quesitos imagem e preço.

Abaixo segue conteúdo extraído do planejamento setorial Visão 2015:

Vinho Fino	Estratégia
<b>Preconceito do consumidor que não percebe o vinho fino brasileiro como opção compra natural.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destacar relação <b>custo/benefício</b> dos vinhos finos brasileiros nos consumidores (A/B);</li> <li>- Consolidar o acordo ABRAS/ABRABE/ABBA, que visa o crescimento de <b>1,8 para 2,4 litros</b> de vinhos per capita até 2016;</li> <li>- Intensificar os programas de enoturismo;</li> <li>- Associar imagem do espumante ao vinho fino;</li> <li>- Aproximar das associações que promovam a cultura do vinho (ABS, escolas de sommeliers).</li> </ul>
<b>Falta identidade definida Qual é o vinho brasileiro?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estimular a criação de indicações geográficas, marca coletiva ou marca de certificação.</li> <li>- Investir em PD&amp;I para estimular a caracterização de cada região.</li> </ul>

**Mercado de vinhos de mesa:** Os vinhos de mesa representam 80% da produção de vinhos brasileiros. A comercialização de vinhos de mesa engarrafados na origem vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, porém ainda há confusão do consumidor entre vinho mesa e outros produtos como sangrias e

coquetéis e bebida alcoólica mista de vinho, os quais são elaborados e engarrafados principalmente em Santa Catarina, São Paulo e Rio de Janeiro, com matéria-prima gaúcha. Por falta de fiscalização, estes produtos não têm identidade própria e buscam, para fins de *marketing*, assemelhar-se ao vinho genuíno. Parecem vinho, mas não são vinhos.

Vinho Mesa	Estratégia
<b>Dependência do mercado a granel com baixo valor agregado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar envase na origem (certificação);</li> <li>- Implementar o programa modernização (renovação vinhedos, atualização tecnológica, assistência técnica-ATER e estímulo a qualidade da uva em parceria com viticultores).</li> </ul>
<b>Confusão entre vinho mesa e outros produtos (sangrias e coquetéis)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esclarecer consumidor das diferenças produtos;</li> <li>- Focar as ações promocionais do vinho de mesa em eventos populares com uma mensagem democrática do consumo (rodeios, festa junina, carnaval, futebol, feiras populares, etc.), utilizando veículos da mídia popular: rádios regionais, jornadas esportivas, etc.</li> <li>- Fortalecer como diferenciais aroma e sabor, únicos do produto.</li> </ul>

**Objetivos:** As metas da ação em comunicação, objeto desta licitação, que estará dando continuidade à campanha publicitária *Vinhos do Brasil*, iniciada em 2008, são:

1. Desenvolver campanhas com foco nos dois produtos da cadeia vitivinícola destacados neste documento, Vinhos Finos e Vinhos de Mesa. As mesmas deverão transmitir uma linguagem de comunicação conectadas aos seus respectivos públicos, gerando estímulo no consumo, despertando nos consumidores e não consumidores o prazer de beber um vinho brasileiro.

Principais objetivos:

**Vinhos Finos**

- a. Minimizar o preconceito em relação ao Vinho Brasileiro;
- b. Construir posicionamento que reforce a percepção de qualidade dos produtos, de uma forma leve, simplificada;
- c. Reforçar a mensagem (**custo/benefício**) dos vinhos finos brasileiros no mercado interno;

**Vinhos de Mesa**

- a. Construir posicionamento que reforce a mensagem de bebida **saudável e acessível**;
- b. Fortalecer como diferenciais aroma e sabor, únicos do produtos;
- c. Esclarecer e diminuir a confusão do consumidor entre vinho mesa e outros produtos como sangrias e coquetéis.

**Público-alvo:**

Vinhos Finos: Classes B | C - 24 a 35 anos

Vinhos de Mesa: Classes C | D - Dona de Casa

**Exigências básicas:** Assinatura da campanha com a Logomarca “Vinhos do Brasil” e o site [www.vinhosdobrasil.com.br](http://www.vinhosdobrasil.com.br).

**Anexo II**  
**Modelo de Procuração**

**Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado.

**Objeto**

Representar a outorgante no Processo Licitatório 02-2014, modalidade Concorrência 001/2014, no dia...

**Poderes**

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

.....-.....de ..... de 2014

EMPRESA

CARGO E NOME

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

**Anexo III**  
**Minuta de Contrato**

**CONTRATO N. ..../2014 REFERENTE AO PROCESSO LICITATÓRIO N. 02/2014, CONCORRÊNCIA N. 001/2014 QUE ENTRE SI CELEBRAM, O INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO – IBRAVIN E \_\_\_\_\_”.**

Pelo presente instrumento, o **INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO – IBRAVIN**, pessoa jurídica de direito privado interno, com sede Alameda Fenavinho, 481, Edificação nº 29, município de Bento Gonçalves, inscrito no CNPJ sob o nº 02.728.155/0001-74, neste ato representado pelo presidente do Conselho Deliberativo, Sr. **MOACIR MAZZAROLLO**, brasileiro, casado, inscrito no CPF sob o nº 510.894.160-91, e no RG sob nº 8042475163 SSP-RS, domiciliado em Veranópolis, RS, e pelo Diretor Executivo, Sr. **CARLOS RAIMUNDO PAVIANI**, brasileiro, casado, inscrito no CPF sob o nº 291.469.330-34, e no RG sob nº 901432045-2 SSP- RS, domiciliado em Flores da Cunha, RS, doravante denominado simplesmente **IBRAVIN** e (CONTRATADA), inscrita no CNPJ sob o nº ..., estabelecida em Rua ..., n.... na cidade de ..../UF, neste ato representada por .... (qualificação), (endereço), portador do CPF nº .... e RG nº ....., doravante denominado simplesmente **CONTRATADA**,

Considerando que:

- O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n. 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis n. 4.680, de 18.06.65, e n. 8.666, de 21.06.93.
- Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência 001/2014 e seus anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços.

As PARTES firmam o presente contrato, mediante as seguintes cláusulas e condições:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO DO CONTRATO**

O presente contrato tem por objeto a contratação de prestação de serviços de publicidade institucional dos vinhos, espumantes e suco de uva, bem como outras campanhas de interesse do setor vitivinícola, gerenciadas pelo IBRAVIN, compreendendo esta 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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

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

- a) Ao 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;
- b) À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**Parágrafo segundo:** É legalmente vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as atividades de pesquisas de opinião, promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

**Parágrafo terceiro:** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no parágrafo segundo o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

**Parágrafo quarto:** A CONTRATADA atuará por conta e ordem do IBRAVIN, em conformidade com o art. 3º da Lei n. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o parágrafo primeiro, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

**Parágrafo quinto:** A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do IBRAVIN, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada, tendo em vista o disposto no § 2º do art. 4º da Lei Federal no 12.232/10.

**Parágrafo sexto:** É permitido à CONTRATADA a subcontratação para a execução dos serviços previstos no parágrafo primeiro, resguardando-se as disposições contidas no art. 14 da Lei Federal no 12.232/10.

**Parágrafo sétimo:** A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda ou terceiros para a execução de serviços previstos no caput desta cláusula.

**Parágrafo oitavo:** A CONTRATADA atuará de acordo com as solicitações e orientações do IBRAVIN, **não lhe sendo assegurada a exclusividade** da prestação dos serviços supramencionados.

## CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA

O presente contrato tem o prazo de vigência de um ano, a contar da data de sua assinatura.

**Parágrafo único:** O presente contrato poderá ser renovado, a critério do IBRAVIN, por iguais e sucessivas vezes, dentro do prazo legal, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei no 8.666/1993.

## CLÁUSULA TERCEIRA – RECURSOS

O valor a ser utilizado para publicidade é estimado para o período de um ano, a contar da data de assinatura do contrato, no montante de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

**Parágrafo único:** O IBRAVIN se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade das verbas previstas.

## CLÁUSULA QUARTA- OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

- 1) Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 2) Guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes.
- 3) Comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao IBRAVIN.
- 4) Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo IBRAVIN.
- 5) Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior,

desde que previamente aprovada pelo IBRAVIN.

- 6) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à IBRAVIN as vantagens obtidas.
- Pertencem ao IBRAVIN as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.
  - O disposto no subitem anterior não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei no 12.232/2010.
  - O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao IBRAVIN, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 7) A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do IBRAVIN, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- O desrespeito ao disposto no subitem anterior constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei no 8.666/1993.
- 8) Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da CLÁUSULA NONA, PARÁGRAFO SEXTO do presente contrato no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do IBRAVIN.
- 9) Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao IBRAVIN:
- fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
  - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados pelo IBRAVIN, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;
  - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do cadastro de fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
  - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
  - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;
  - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
  - IBRAVIN procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado;
- 10) Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito para prévia decisão do **gestor** deste contrato.
- 11) As disposições dos subitens 8 e 9 não se aplicam à compra de mídia.



- 12) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do IBRAVIN.
  - a) A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus empregados tenham participação societária, direta ou indireta, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao IBRAVIN esse vínculo e obter sua aprovação.
- 13) Obter a aprovação prévia do IBRAVIN, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato, na forma do art. 14 da Lei Federal 12.232/10.
  - a) A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por conta e ordem do IBRAVIN, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.
- 14) Apresentar ao IBRAVIN, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei no 12.232/2010.
- 15) Apresentar ao IBRAVIN, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei no 12.232/2010.
  - a) O estudo de que trata o subitem anterior deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do IBRAVIN, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.
- 16) Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do IBRAVIN, sem ônus para este:
  - a) TV e Cinema: uma cópia em *Betacam*, uma cópia em DVD e um arquivo em mpeg;
  - b) Internet: uma cópia em CD, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
  - c) Rádio: uma cópia em CD, com arquivo áudio e mp3;
  - d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.
  - e) Agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de uma cópia em *Betacam* com a peça de TV.
- 17) Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente da entrega do material ao IBRAVIN.
- 18) Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo IBRAVIN.
  - a) O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo IBRAVIN e sua reprodução dar-se-á a partir das peças aprovadas.
- 19) Entregar ao IBRAVIN, até o dia 05 (cinco) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
- 20) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o IBRAVIN e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e

responsabilidades, enviando mensalmente estes ao IBRAVIN, aos cuidados da Direção de Área.

- 21) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do IBRAVIN, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.
- 22) Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome do IBRAVIN, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 23) Prestar esclarecimentos ao IBRAVIN sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 24) Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 25) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4o e seu § 1o da Lei no 12.232/2010.
- 26) Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 27) Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
- 28) Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado. Assumir, ainda, inteira responsabilidade pelas obrigações sociais, trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias, comerciais, civis e outras pertinentes ao objeto do contrato.
- 29) Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 30) Apresentar, durante a execução do contrato, documentos que comprovem estar cumprindo com a legislação em vigor quanto às obrigações assumidas, em especial encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, tributários, fiscais e comerciais.
- 31) Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio IBRAVIN.
- 32) Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do IBRAVIN.
- 33) Responder perante o IBRAVIN e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 34) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o IBRAVIN.
- 35) A CONTRATADA responderá pelos danos decorrentes da execução do presente contrato causados por seus empregados, prepostos ou contratados, perante o IBRAVIN, bem como terceiros, em decorrência da responsabilidade contratual ou extracontratual, subjetiva ou objetiva e, ainda, assume a responsabilidade por eventual demanda judicial proposta por terceiros, incluindo ações trabalhistas, em razão dos fatos decorrentes da execução do contrato.
- 36) Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as

providências necessárias no sentido de preservar o IBRAVIN e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao IBRAVIN as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

- 37) Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.
- 38) A cada três meses entregar ao IBRAVIN relatório técnico com fotos ilustrativas dos serviços prestados, para avaliação.
- 39) Apresentar todas as notas fiscais emitidas acompanhadas de cópia do material produzido ou comprovante de produção;
- 40) Apresentar semestralmente relatório das atividades executadas à Direção de Marketing do IBRAVIN e ao Conselho Deliberativo, quando se fizer necessário;

#### **CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DO IBRAVIN**

Constituem obrigações do IBRAVIN, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes, as seguintes:

- 1) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- 2) Comunicar, por escrito à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 3 (três) dias úteis;
- 3) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços objeto deste CONTRATO;
- 4) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- 5) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste CONTRATO;
- 6) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- 7) Exigir que todas as notas fiscais emitidas, sejam elas da CONTRATADA ou de terceiros referente a qualquer trabalho contratado, deverão estar acompanhadas de cópia do material produzido ou comprovante de produção, veiculação, ou outro comprovante equivalente de serviço prestado;
- 8) Exigir a entrega, a cada três meses, de relatório técnico com fotos ilustrativas dos serviços prestados, para avaliação;
- 9) Exigir a entrega, a cada seis meses, de relatório das atividades executadas à Direção de Marketing do IBRAVIN, e ao Conselho Deliberativo, quando se fizer necessário.

**Parágrafo único:** A juízo do IBRAVIN, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

#### **CLÁUSULA SEXTA – FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS**

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

**Parágrafo primeiro:** Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao gestor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

**Parágrafo segundo:** A gestão e fiscalização será exercida pela Direção de Marketing do IBRAVIN, que deverá informar ao Diretor Executivo sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste CONTRATO.

**Parágrafo terceiro:** A ausência de comunicação por parte do IBRAVIN, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades decorrentes do presente CONTRATO.

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

**Parágrafo quinto:** A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação prévia e por escrito do IBRAVIN.

**Parágrafo sexto:** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do IBRAVIN.

**Parágrafo sétimo:** A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o IBRAVIN.

**Parágrafo oitavo:** A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do IBRAVIN e ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao IBRAVIN.

**Parágrafo nono:** Ao IBRAVIN é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

**Parágrafo décimo:** O IBRAVIN avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

## CLÁUSULA SÉTIMA – REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula:

a) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de 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.

a1) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

b) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

b1) Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

c) Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

d) ..... (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

**Parágrafo primeiro:** Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

**Parágrafo segundo:** A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul e com os preços correspondentes a serem cobrados do IBRAVIN, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

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

**Parágrafo quarto:** Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do IBRAVIN, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo IBRAVIN.

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

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

**Parágrafo sétimo:** As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do IBRAVIN, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

## CLÁUSULA OITAVA - DESCONTO DE AGÊNCIA

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

**Parágrafo primeiro:** O desconto de que trata o caput desta cláusula é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da IBRAVIN, nos termos do art. 19 da Lei no 12.232/2010.

**Parágrafo segundo:** Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

**Parágrafo terceiro:** Quando a política de preços for similar à praticada no Brasil, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação à base do percentual bruto praticado em cada país, que incidirá sobre os preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois.

## CLÁUSULA NONA - DIREITOS AUTORAIS E CONEXOS

Observado o disposto na Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, a CONTRATADA cede ao IBRAVIN os direitos patrimoniais referente aos direitos autorais do autor e do titular das ideias (incluídos os estudos,



análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

**Parágrafo primeiro:** O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no presente contrato.

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

**Parágrafo terceiro:** A juízo do IBRAVIN, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por entidades associadas ao IBRAVIN, sem que caiba a eles ou ao IBRAVIN qualquer ônus perante a CONTRATADA.

**Parágrafo quarto:** Com vista às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo a ser definido pelo IBRAVIN.

**Parágrafo quinto:** A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo a ser definido pelo IBRAVIN em cada caso e se declare expressamente ciente e de acordo com as condições estabelecidas na presente cláusula, inclusive na própria ordem de serviço.

**Parágrafo sexto:** A reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, que não dependam de renovação de direitos autorais e nem de custos de terceiros, será sem custo para o IBRAVIN. A reutilização dos direitos patrimoniais de autor e conexos deverão ter o custo máximo de 10% (dez por cento) sobre o valor inicialmente pactuado, caso esta reutilização seja por período inferior ao originariamente firmado, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**Parágrafo sétimo:** O valor inicialmente contratado, de que trata o parágrafo anterior, poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**Parágrafo oitavo:** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo IBRAVIN aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 10 % (dez por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

**Parágrafo nono:** O valor inicialmente contratado, de que trata o parágrafo anterior, poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**Parágrafo décimo:** Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nesta cláusula, o valor a ser pago pelo IBRAVIN será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

**Parágrafo décimo primeiro:** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**Parágrafo décimo segundo:** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s),



incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos.

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

- a) Que o IBRAVIN poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em *Betacam* e em DVD.
- b) A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao IBRAVIN, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – FORMA DE PAGAMENTO DE DESPESAS**

Para o pagamento de despesas referentes aos serviços previamente autorizados pelo IBRAVIN, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente Nota Fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível ou no formato eletrônico, em nome do IBRAVIN, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta, ou vir acompanhada de boleto bancário;

II - a primeira via da Nota Fiscal do fornecedor ou do veículo, quando for o caso;

III - comprovante de realização da despesa, conforme detalhado na presente cláusula.

**Parágrafo primeiro:** Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao IBRAVIN, em sua sede localizada em Bento Gonçalves, RS.

**Parágrafo segundo:** O gestor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

**Parágrafo terceiro:** A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

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

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

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

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

b) *planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato:* apresentação dos documentos de cobrança,

demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes;

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

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

**Parágrafo quarto:** Na ocorrência de falha local em programação em TV aberta, a CONTRATADA deverá apresentar documento da emissora com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

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

**Parágrafo sexto:** O pagamento das despesas será feito mediante a apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, da seguinte forma:

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

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

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

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

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

**Parágrafo sétimo:** Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão ser previamente acordadas entre a CONTRATADA e o IBRAVIN.

**Parágrafo oitavo:** No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o IBRAVIN, os seguintes comprovantes:

I - Revista: um exemplar original;

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

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, perante o IBRAVIN, a impossibilidade de fazê-lo.

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

I - TV, Rádio e Cinema: declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

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

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

II - Mídia Exterior:

a) *Mídia Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b) *Mídia Digital Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

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

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

**Parágrafo nono:** As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nesta cláusula serão estabelecidas formalmente pelo IBRAVIN, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

**Parágrafo décimo:** Antes da efetivação dos pagamentos, a CONTRATADA deverá apresentar, caso seja solicitado pelo IBRAVIN, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, bem como Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, por força do disposto na Lei Federal no 12.244, de 7 de julho de 2011.

**Parágrafo décimo primeiro:** Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o IBRAVIN, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada,

para fins de atendimento das condições contratuais.

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

**Parágrafo décimo terceiro:** O IBRAVIN não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

**Parágrafo décimo quarto:** O IBRAVIN não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

**Parágrafo décimo quinto:** Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária do IBRAVIN pela agência bancária pagadora.

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

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

**Parágrafo décimo oitavo:** O não cumprimento do disposto nesta cláusula ou a não justificativa formal para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – PENALIDADES**

O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas ou o cumprimento em desacordo com o pactuado acarretará à CONTRATADA as penalidades previstas no Artigo 87, da Lei 8.666/93 e alterações, conforme a gravidade da infração e independente da incidência de multa.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – MULTA**

O IBRAVIN, no uso das prerrogativas que lhe confere o inciso IV, do artigo 58 e artigo 87, inciso II, da Lei focada, aplicará multa por:

- a) recusa injustificada na execução dos serviços na razão de 2% (dois por cento) sobre o valor total da proposta.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – RESPONSABILIDADE**

A CONTRATADA se responsabiliza por qualquer dano ou prejuízo decorrentes dos serviços por ela prestados no âmbito do presente contrato, nas esferas administrativa, civil, criminal ou trabalhista, bem como pela contratação de terceiros quando se fizer necessário.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO CONTRATUAL**

O presente contrato poderá ser rescindido mediante acordo expresso e firmado pelas partes, após um aviso prévio, também expresso, feito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias pela parte interessada.

**Parágrafo primeiro:** O IBRAVIN poderá rescindir unilateralmente o presente CONTRATO em razão do seu descumprimento total ou parcial, a qualquer tempo e sem aviso prévio, sem prejuízo das responsabilidades decorrentes, nas seguintes situações:

- a) Se houver transferência ou cessão parcial ou total a terceiros da CONTRATADA, sem a anuência do IBRAVIN, bem como em caso de fusão, cisão ou incorporação desta por outrem;
- b) Quando ficar evidenciada a inidoneidade, má fé ou incapacidade da CONTRATADA para executar satisfatoriamente o contrato;
- c) Caso haja falência, liquidação ou dissolução da CONTRATADA, ou ainda caso esta entre em recuperação judicial ou extrajudicial;

**Parágrafo segundo:** Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão do presente contrato, nenhuma remuneração será devida, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pelo IBRAVIN e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA nos termos previstos neste CONTRATO.

**Parágrafo terceiro:** A rescisão fundamentada nesta cláusula não dará à CONTRATADA direito à indenização a qualquer título.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - SIGILO E CONFIDENCIALIDADE**

As partes se comprometem a manter o mais rigoroso sigilo, não podendo divulgar qualquer Informação Confidencial a quaisquer terceiros, seja de forma direta ou indireta, salvo mediante a prévia autorização por escrito das demais partes.

**Parágrafo primeiro:** O termo "**Informações Confidenciais**" significa quaisquer informações, dados técnicos, informações financeiras, comerciais ou administrativas, segredos de negócio ou indústria ou ainda qualquer informação envolvendo a pesquisa objeto do Contrato, incluindo, entre outras, informações comerciais e operacionais cujo acesso ou ciência se dê para fins de cumprimento de obrigações decorrentes desse Termo, ou para o cumprimento de qualquer negócio ou tratativa existente entre as partes, independentemente de serem ou não classificados expressamente como confidencial pela parte titular da informação.

**Parágrafo segundo:** Não serão consideradas confidenciais as informações que:

- a) Sejam de domínio público, ou entrem posteriormente para o domínio público sem a participação culposa de qualquer das partes, ressalvados acordos específicos de confidencialidade acerca de tais informações;
- b) Sejam ou tornem-se conhecidas pela parte contrária através de fontes próprias e independentes, desde que tais fontes não sejam vinculadas à parte titular da informação, e nem tenham para com essa nenhuma obrigação de confidencialidade, ressalvados em qualquer caso os acordos específicos acerca de tais informações;

**Parágrafo terceiro:** As partes se comprometem ainda a dar a todas as Informações Confidenciais um tratamento e proteção conforme o mais rígido grau de cautela e segurança, visando impedir sua divulgação voluntária ou involuntária, comprometendo-se para tanto a adotar as mesmas medidas e políticas internas de circulação da Informação Confidencial que utiliza para proteção de suas próprias informações confidenciais, adotando ainda os seguintes procedimentos:

- a) Limitar o acesso a qualquer Informação Confidencial estritamente a colaboradores ou a prestadores de serviços a qualquer título, que, no desenvolvimento de suas atividades, tenham a real necessidade de conhecê-las;
- b) Instruir devidamente as pessoas responsáveis quanto ao tratamento das Informações Confidenciais recebidas;

- c) Não reproduzir ou fazer cópias das Informações Confidenciais sem a permissão da parte que as forneceu;
- d) Utilizar quaisquer Informações Confidenciais exclusivamente para a finalidade para a qual lhe foram transmitidas.

**Parágrafo quarto:** As partes obrigam-se a, quando assim requisitado pela parte titular de qualquer Informação Confidencial ou tão logo se dê a extinção, por qualquer meio ou forma, do Contrato, devolver imediatamente todo material recebido que contenha qualquer Informação Confidencial, independentemente do suporte físico ou digital em que esteja essa registrada, incluindo, entre outros, todas as cópias de documentos e informações, salvo as informações que se constituam claramente em contrapartida no Contrato.

**Parágrafo quinto:** Independentemente de qualquer acordo específico, aqueles materiais que sejam incompatíveis com o conceito de “devolução”, tais como, entre outros e sem nenhuma limitação, informações arquivadas na forma digital em sistemas, ambientes ou equipamentos da parte detentora das Informações Confidenciais, devem ser eliminados da forma mais eficaz possível, de maneira a impedir sua recuperação ou acesso posterior.

**Parágrafo sexto:** A obrigação de confidencialidade ora ajustada não se aplica às hipóteses em que qualquer Informação Confidencial, ou documento de qualquer natureza ou espécie que contenha Informação Confidencial, seja regularmente solicitado por qualquer órgão público competente.

**Parágrafo sétimo:** As partes comprometem-se a, antes de ceder informações nos termos do item acima, comunicarem a parte contrária com o máximo de antecedência possível, a possibilitar que essa última providencie as medidas cabíveis.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – CASOS OMISSOS**

Os casos omissos serão dirimidos com base na Lei 8.666/93.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – FORO**

As partes elegem o Foro da comarca de Bento Gonçalves, RS, para dirimirem quaisquer dúvidas oriundas deste ajuste, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem assim acertados, firmam este instrumento em 2 (duas) vias de igual teor e forma, ante duas testemunhas presenciais, obrigando-se pelos termos do mesmo, por si e seus sucessores.

Bento Gonçalves, .... de .... de 2014.

\_\_\_\_\_  
Moacir Mazzarollo  
Presidente do Conselho Deliberativo do IBRAVIN

\_\_\_\_\_  
Carlos Raimundo Paviani  
Diretor Executivo do IBRAVIN

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

\_\_\_\_\_  
Testemunha:  
CPF nº:

\_\_\_\_\_  
Testemunha:  
CPF nº: