

APÊNCIDE 6 - MINUTA DE CONTRATO**CONTRATO Nº _____/202_
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE****CONTRATANTE:** EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS - CORREIOS**CNPJ:** 34.028.316/0001-03**ENDEREÇO:** Setor Bancário Norte, Quadra 1, Bloco A, Edifício Correios Sede, Brasília/DF**CEP:** 71002-900**REPRESENTANTES:****AUTORIDADE COMPETENTE 1:** [nome]**DOCUMENTO DE IDENTIDADE:** [número - órgão expedidor/UF]**CPF:** [número]**AUTORIDADE COMPETENTE 2:** [nome]**DOCUMENTO DE IDENTIDADE:** [número - órgão expedidor/UF]**CPF:** [número]**CONTRATADA: [RAZÃO SOCIAL]****CNPJ:** [número]**INSCRIÇÃO ESTADUAL:** [número]**ENDEREÇO:** [endereço]**CEP:** [número]**TELEFONE:** [(DDD) número]**e-mail:** [e-mail]**REPRESENTANTE(S):****DOCUMENTO DE IDENTIDADE:** [número - órgão expedidor/UF]**CPF:** [número]**ENDEREÇO:** [endereço]**TELEFONE:** [(DDD) número]**E-mail:** [e-mail]

OS **CORREIOS** e a **CONTRATADA** têm entre si acordado este contrato, decorrente da Licitação Nº ___/2023, doravante denominada unicamente *licitação*, Processo SEI Nº _____, mediante os termos e condições a seguir.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29/4/2010, Lei nº 13.303, de 30/6/2016, e, de forma complementar, da Leis nº 4.680, de 18/6/1965 .

1.2. Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555, de 8/9/2008, do Decreto nº 57.690, de 1/2/1966, do Decreto nº 3.722, de 9/1/2001, e das Instruções Normativas da Secretaria de Comunicação da Presidência da República - SECOM/PR aplicáveis ao seu objeto.

1.3. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital de Licitação nº ____/2023 e as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**.

2. **CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO**

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público geral.

2.1.1. Também integram o objeto do contrato, como atividades complementares especificadas no Apêndice 1, os serviços especializados pertinentes:

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

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - 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.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 serão prestados para os **CORREIOS** e para as demais empresas que com os **CORREIOS** venham a integrar conglomerado empresarial.

2.1.3. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 2.2 os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas digitais que funcionem como veículo de divulgação.

2.3. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 2.1.

2.4. Para a execução dos serviços descritos no subitem 2.1.1, a **CONTRATADA** poderá contratar fornecedor de serviços especializados, doravante denominado fornecedor.

2.5. A **CONTRATADA** atuará por conta e ordem dos **CORREIOS** na contratação de fornecedores, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

2.6. A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação dos **CORREIOS**, indistintamente e independentemente de sua classificação na licitação, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta cláusula.

2.7. Para a execução dos serviços, os **CORREIOS** observarão os procedimentos de seleção interna entre as **AGÊNCIAS** de propaganda contratadas em decorrência da licitação, cuja metodologia será publicada, antes da assinatura dos contratos, no site dos **CORREIOS**, no endereço www.correios.com.br, e no Diário Oficial da União, conforme disposto no art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

NOTA 1: quando tratadas em conjunto, as agências de propaganda contratadas em decorrência da Licitação nº ____/2023 serão denominadas unicamente "AGÊNCIAS"

NOTA 2: para efeito deste acordo, o presente contrato será denominado unicamente "contrato".

NOTA 3: para efeito deste acordo, os veículos de divulgação e plataformas digitais de comunicação serão denominados unicamente "veículos".

3. CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1 O período de vigência do presente Contrato será de 12 (doze) meses, com início em dd/mm/aaaa até dd/mm/aaaa, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, limitados a 60 (sessenta) meses.

3.1.1 A prorrogação será realizada mediante Termo Aditivo.

3.1.2 Em caso de não interesse na prorrogação:

a) por parte da **CONTRATADA**, deverá haver manifestação expressa em até 120 (cento e vinte) dias antes do término do prazo contratual;

b) por parte dos **CORREIOS**, deverá haver manifestação expressa em até 30 (trinta) dias antes do término do prazo contratual.

4. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. Os recursos orçamentários previstos para os primeiros 12 (doze) meses de execução dos serviços constantes da Cláusula Segunda totalizam R\$380.000.000,00 (trezentos e oitenta milhões de reais), correspondentes à soma das despesas com o(s) contrato(s) com as AGÊNCIAS.

4.1.1. Os **CORREIOS** se reservam o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor previsto no subitem 4.1.

4.1.2. O valor previsto no subitem 4.1 poderá ser atualizado anualmente pelos **CORREIOS**.

4.1.3. O valor informado no subitem 4.1 poderá sofrer acréscimos ou reduções de até 25% (vinte e cinco por cento), por acordo entre as partes e mediante formalização de termo aditivo.

4.1.4. Desde que acordado entre as partes, as reduções poderão exceder o percentual estabelecido no subitem 4.1.3.

4.2. Se os **CORREIOS** optarem pela prorrogação do contrato, consignarão no orçamento dos próximos exercícios as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.2.1. Na prorrogação, os **CORREIOS** poderão renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços visando obter maior vantajosidade para a Administração.

4.3. As despesas decorrentes da prestação do serviço objeto deste Contrato correrão por conta da seguinte classificação orçamentária:

CLASSIFICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA/CONTÁBIL	
Conta Orçamentária	Descrição
01011.44405.010001	PROPAGANDA E PUBLICIDADE

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação que deu origem ao contrato, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.1.1. Deverão ser apresentados no término de validade de cada documento, os seguintes comprovantes:

I - prova de regularidade com a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão Unificada, expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional - PGFN, referente a todos os tributos federais e à Dívida Ativa da União - DAU, por elas administrados,

inclusive contribuições previdenciárias;

II - prova de regularidade perante o FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, mediante apresentação do CRF - Certificado de Regularidade de Fundo de Garantia, fornecido pela Caixa Econômica Federal.

5.1.1.2. Com exceção da GFIP, os documentos exigidos poderão ser apresentados no original, em cópia autenticada por cartório, por publicação em órgão da imprensa oficial ou ainda autenticados mediante cotejo da cópia (arquivo digital) com o original, por funcionário dos **CORREIOS** devidamente identificado.

5.1.1.3. A desobrigação da apresentação de qualquer documentos deverá ser demonstrada por meio de certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor.

5.1.1.4. A apresentação dos documentos estará dispensada, caso seja possível aos **CORREIOS** verificar a regularidade da situação da **CONTRATADA** por meio de consulta *on-line* ao SICAF.

5.1.1.5. Os **CORREIOS** se reservam o direito de rescindir administrativamente o contrato, na forma do subitem 15.1.1.5, quando a **CONTRATADA** não comprovar sua regularidade de situação nos termos do subitem 5.1.1.

5.1.2. Operar como organização completa, garantido a elevada qualidade das atividades decorrentes do contrato.

5.1.3. Centralizar o comando da publicidade dos Correios em Brasília, e comprovar, no prazo de até 30 (trinta) dias corridos a contar da data da assinatura do contrato, que possui estrutura de atendimento em Brasília/DF, com dedicação exclusiva e compatível com o volume e as características dos serviços publicitários a serem prestados aos **CORREIOS**, representadas, no mínimo, pelos seguintes profissionais com graduação superior e respectivas qualificações:

I - 1 (um) Diretor de Atendimento com experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em atendimento de publicidade e gestão de contas;

II - 1 (um) profissional de atendimento com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em atendimento de publicidade;

III - 1 (um) profissional de atendimento para o meio internet com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em atendimento de publicidade *on-line*;

IV - 1 (um) Diretor de planejamento e pesquisa com experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em planejamento de comunicação e *marketing*;

V - 1 (um) profissional de pesquisa com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em planejamento de comunicação e *marketing*;

VI - 1 (um) Diretor de Criação com experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos na direção de criação publicitária;

VII - 1 (uma) dupla de profissionais de criação com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos na criação/redação publicitária;

VIII - 1 (uma) dupla de profissionais de criação para o meio internet com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos na criação/redação para publicidade *on-line*;

IX - 2 (dois) profissionais de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica) com experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos, em produção;

X - 1 (um) Diretor de Mídia com experiência comprovada de, no mínimo, 8 (oito) anos em planejamento e execução de mídia *on-line* e *off-line*;

XI - 1 (um) Gerente de Mídia com experiência comprovada de, no mínimo, 5 (cinco) anos em planejamento e execução de mídia *on-line* e *off-line*;

XII - 2 (dois) profissionais de mídia com experiência comprovada de, no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia, sendo que, um tenha experiência comprovada no planejamento e execução de mídia *on-line*;

XIII - 2 (dois) Analistas de Dados (Business Intelligence) com experiência comprovada, de no mínimo, 3 (três) anos com análise e tratamento de dados de mídia *on-line*.

5.1.3.1. A comprovação do requisito de escolaridade dos profissionais será realizada por meio de diploma ou declaração de conclusão de curso, emitidos por instituição de ensino superior, em qualquer área de formação.

5.1.3.2. A comprovação do requisito de experiência dos profissionais será realizada por meio da carteira de trabalho, declaração do empregador ou outro documento comprobatório de experiência a ser avaliado pelos **CORREIOS**.

5.1.3.3. Os profissionais deverão ser os mesmos indicados no quesito Capacidade de Atendimento apresentado na Proposta Técnica da licitação que deu origem ao contrato, admitida substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal aos **CORREIOS**.

5.1.3.4. Em acordo com os **CORREIOS**, a **CONTRATADA** poderá viabilizar a atuação de forma remota dos profissionais desde que não haja comprometimento da tempestividade e qualidade das entregas dos serviços, podendo os **CORREIOS**, a seu critério, estabelecer cronograma de reuniões presenciais com profissionais em atuação remota.

5.1.3.5. A atuação de profissionais relacionados às áreas de atendimento, checking e faturamento deve ser, obrigatoriamente, alocada fisicamente, na estrutura de atendimento em Brasília/DF.

5.1.3.6. Caso necessário, a **CONTRATADA** poderá utilizar, pontualmente, outros profissionais de seu quadro para executar serviços de planejamento, criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes ao contrato, desde que a experiência dos profissionais seja comprovadamente igual ou superior à exigida no subitem 5.1.3.

5.1.3.7. Os profissionais alocados em escritórios fora de Brasília deverão estar disponíveis para realizar reuniões com os **CORREIOS**, presencialmente ou de forma remota, em ferramentas a serem disponibilizadas pelas AGÊNCIAS, conforme conveniência dos **CORREIOS**.

5.1.4. Constituir e manter a suas expensas Núcleo de Mídia dos Correios em parceria com as outras AGÊNCIAS.

5.1.4.1. O NMCorreios não deverá ter fins lucrativos, personalidade civil ou jurídica e, de modo a permitir deslocamento rápido e tempestivo para as demandas contratuais, deverá estar instalado nas proximidades do Edifício Correios Sede em Brasília.

5.1.4.2. Os encargos decorrentes da montagem e do funcionamento do NMCorreios serão assumidos pelas AGÊNCIAS, não cabendo qualquer repasse aos **CORREIOS**.

5.1.4.3. O NMCorreios terá como função assessorar os **CORREIOS** e as AGÊNCIAS na implementação dos esforços e das estratégias de comunicação publicitária, no que diz respeito ao planejamento, pesquisa, análise, autorização, execução, acompanhamento, monitoramento, e controle de resultados de ações publicitárias, bem como na realização de atividades de operação relacionadas à execução publicitária dos **CORREIOS** que requeiram sua interveniência.

5.1.4.4. São atividades do NMCorreios:

I - Acompanhamento: monitoramento contínuo das ações de mídia a partir de critérios técnicos, resultados de campanhas e acompanhamento de mudanças dinâmicas dos mercados de atuação dos **CORREIOS** e publicitário, contemplando:

a) macroplanejamento de mídia: consolidação e análise das informações de mídia das ações publicitárias do ano vigente, para estabelecimento de parâmetros e diretrizes da execução de mídia do próximo exercício;

b) estratégias de performance: assessoria na operação do processo de performance em ações publicitárias em ambiente *on-line* e *off-line*;

II - Operação: atividades que compõem a rotina operacional do NMCorreios, tais como conferência e validação dos documentos produzidos pelas AGÊNCIAS além de manutenção e implementação de acompanhamento da execução de mídia em campanhas publicitárias, contemplando:

a) planos de mídia: conferência da exatidão das informações dos planos de mídia (preços de tabela, descontos, utilização de acordos, qualificação da pessoa jurídica do veículo, conformidade cadastral etc.), bem como verificação da implementação nas plataformas digitais de comunicação, de acordo com os planos aprovados pelos **CORREIOS**; análise da adequação das proposições táticas dos planos de mídia, em face da estratégia defendida pelas AGÊNCIAS, antes de seu encaminhamento para

aprovação dos **CORREIOS** e demais órgãos intervenientes;

b) sistemas transacionais: validação de informações dos planos de mídia e documentos operacionais, previamente à sua inserção em sistemas como a Ferramenta de Controle de Mídia, Mídiaweb, dentre outros;

c) tagueamentos: assessoramento na criação, desenvolvimento de processos e implementação de fluxos de dados usados em campanhas publicitárias no ambiente *on-line*;

d) propostas comerciais: levantamento e valoração de informações quantitativas e qualitativas, a partir de bases históricas próprias e informações de mercado publicitário, para subsidiar o processo de análise e avaliação;

e) novas tecnologias: estudo e assessoria na implementação e operacionalização de novas ferramentas relacionadas à execução publicitária (*Demand Side Platform - DSP, Data Management Platform - DMP, Mobile Management Platform - MMP, Customer Relationship Management - CRM*, ferramentas de atribuição de mídia etc.)

III - Inteligência na análise de mídia: avaliação de dados e de relatórios produzidos das ações de mídia, com aplicação antes, durante e depois da execução dos planos de mídia, incluindo análise externa, a partir de pesquisas de mercado, da concorrência, da indústria de mídia, etc., contemplando:

a) avaliação de campanhas: estudos de atribuição de mídia e avaliação de performance de campanhas, incluindo análise de dados de campanhas transacionais e dados negociais, entre outros; disponibilização dos dados de performance de campanhas realizadas de maneira a auxiliar a formulação de briefings e demandas publicitárias futuras.

b) performance: acompanhamento e monitoramento, em conjunto com os **CORREIOS** e as AGÊNCIAS, do desempenho dos indicadores de performance das ações publicitárias no ambiente *on-line*.

c) análise dos planos de mídia: análise das defesas e critérios técnicos de planejamento e programação de veículos, contidos nas estratégias e táticas de mídia propostas pelas AGÊNCIAS, a partir dos objetivos e diretrizes de comunicação estabelecidos para ação publicitária, solicitando ajustes, caso necessário.

d) acompanhamento dos planos de mídia: acompanhamento, em conjunto com as AGÊNCIAS, das veiculações programadas nos planos de mídia, verificando o desempenho dos espaços publicitários comprados e sugerindo alterações para a otimização e maior eficiência dos indicadores de desempenho estabelecidos.

e) propostas comerciais: análise e manifestação quanto à adequação e vantagem de propostas e projetos comerciais de compra de espaço publicitário, face aos objetivos de comunicação do Planejamento Anual e diretrizes do macroplanejamento de mídia dos **CORREIOS**, a partir das informações geradas no processo de valoração de propostas e projetos para subsidiar a decisão dos **CORREIOS**.

f) estudos de mídia: estudos de boas práticas do mercado publicitário, com foco em mídia, segurança de dados, audiências, formatos inovadores, novas tecnologias e metodologias relacionadas ao planejamento e execução de mídia, entre outros.

IV - Controle: coletar, armazenar e disponibilizar informações técnicas e relevantes para o andamento das ações de mídia, em ambiente *on-line* e/ou *off-line*, visando garantir a melhor execução e andamento das ações publicitárias e, com base nessas informações, produzir relatórios regulares e/ou sob demanda, contemplando:

a) bancos de dados: gestão, tratamento e manutenção de banco de dados relacionados à execução publicitária dos **CORREIOS**, para subsidiar o processo de análise e avaliação;

b) informações gerenciais: geração, consolidação e/ou compilação de dados e relatórios de avaliação de execução de campanhas publicitárias, para subsidiar o processo de análise e avaliação;

c) armazenamento de dados: gestão do armazenamento de dados históricos de

execução publicitária, para consulta e manutenção de cópias de segurança;

d) avaliação de campanhas: validação e/ou geração das informações de resultado de campanhas, a partir de informações sobre os objetivos de comunicação, métricas e resultados esperados, além do uso de dados de ferramentas de pesquisa e aferição de mídia para os diversos meios programados;

e) gestão de audiências: configuração, organização, tratamento e manutenção de listas de audiências, relacionadas a ações publicitárias no ambiente on-line.

5.1.4.5. São também atividades do NMCorreios:

I - registrar as autorizações de veiculações dos **CORREIOS** em relatório específico, encaminhando-o para os **CORREIOS**, quando solicitado, com cópia para as **AGÊNCIAS**;

II - assessorar os **CORREIOS** e as **AGÊNCIAS** no que diz respeito ao atendimento e análise das atividades inerentes à mídia;

III - consolidar mapas de mídia das **AGÊNCIAS** e encaminhá-los aos **CORREIOS**, quando solicitado;

IV - elaborar e controlar o mapa-choque de mídias;

V - dispor e manter atualizado um banco de dados com as negociações comerciais acordadas entre os **CORREIOS** e os veículos;

VI - disponibilizar informações necessárias para negociação com veículos, ou, se assim os **CORREIOS** determinarem, negociar diretamente, repassando aos **CORREIOS** todas as condições negociadas;

VII - controlar os espaços adquiridos dos veículos e apresentar relatório aos **CORREIOS**, quando solicitado, com acompanhamento dos espaços e das inserções utilizadas e a serem utilizadas; e

VIII - apresentar, quando solicitado, mapa referente ao saldo dos espaços disponíveis de cada veículo, referente aos projetos negociados de mídia.

5.1.4.6. NMCorreios funcionará sob as orientações técnicas dos **CORREIOS**, em consonância com as rotinas e práticas acordadas entre as **AGÊNCIAS** e os **CORREIOS**.

5.1.4.7. NMCorreios deverá funcionar durante todo o período da vigência dos contratos entre os **CORREIOS** e as **AGÊNCIAS**.

5.1.4.8. O NMCorreios não poderá deflagrar nenhum ato ou ação sem a prévia autorização dos **CORREIOS**, dentre as quais a programação de mídia ou comprometimento de despesa em nome dos **CORREIOS**, excetuados aqueles que já compõem sua rotina de procedimentos operacionais.

5.1.4.9. O NMCorreios deverá ter infraestrutura operacional e de profissionais adequada ao nível de complexidade da execução da mídia *on-line* e *off-line*, ao volume de demandas e à qualidade dos entregáveis relacionados à execução publicitária dos **CORREIOS**, devendo a equipe de profissionais ser qualificada, contratada e mantida pelas **AGÊNCIAS**, com prévia aprovação dos **CORREIOS**, e formada por, no mínimo:

I - 1 (um) Gerente Geral com graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 6 (seis) anos, em planejamento e execução de mídia (*on-line* e *off-line*);

II - 1 (um) Coordenador de Mídia com graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 5 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia (*on-line* e *off-line*), com foco em planejamento de mídia, e/ou operação, e/ou segurança de marca e/ou inteligência de dados;

III - 1 (um) Coordenador de Inteligência de Dados (Business Intelligence) com experiência em estatística, análise de dados, programação de base de dados e otimização de campanhas na internet, de no mínimo 5 (cinco) anos;

IV - 1 (um) Supervisor de Mídia (*on-line* e *off-line*) com graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia;

V - 1 (um) Supervisor de Inteligência de Dados (*Business Intelligence*) com graduação superior e experiência comprovada, de no mínimo 4 (quatro) anos, na execução de mídia com foco em estratégias de comunicação, modelos de dados, gestão e modelagem de audiências proprietárias e de terceiros e avaliação de

performance de ações e campanhas;

VI - 3 (três) Assistentes de Mídia (*on-line*) com experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em atividades de operação de mídia *on-line*;

VII - 3 (três) Assistentes de Mídia (*off-line*) com experiência comprovada, de no mínimo 2 (dois) anos, em atividades de operação de mídia *off-line*;

VIII - 1 (um) Assistente de Inteligência de Dados e Estratégia de Mídia com experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na execução de mídia com foco no suporte de estratégias de comunicação, modelos de dados, gestão e acompanhamento de modelagem de audiências em dados proprietárias e de terceiros e avaliação de performance de campanhas.

5.1.4.10. O ajuste na composição referenciada dos perfis dos profissionais do NMCorreios será promovido por acordo entre os **CORREIOS** e as AGÊNCIAS, a partir da prévia especificação de qualificação, competências técnicas e experiências envolvidas.

5.1.4.11. Os **CORREIOS** poderão solicitar a readequação do quadro de profissionais do núcleo de mídia, a qualquer tempo, durante a execução contratual, com vistas ao atendimento do subitem 5.1.4.10.

5.1.4.12. O NMCorreios deve ser dirigido por profissional com comprovada experiência de mercado, designado exclusivamente para essa função.

5.1.4.13. As AGÊNCIAS deverão fornecer todos os recursos necessários para a operação do NMCorreios destacadamente:

I - ferramenta de controle de mídia;

II - computadores com performance compatível com as atividades, serviços, periféricos, monitores e itens de escritório conforme a demanda.

III - suporte em TI e pontos de acesso à internet em todas as dependências de trabalho;

IV - serviços de e-mail em domínio específico para o NMCorreios, definido em acordo com os **CORREIOS**;

V - ferramentas de trabalho em nuvem, incluindo edição simultânea de textos, planilhas, slides e armazenamento;

VI - acesso à ferramenta de computação em nuvem, com infraestrutura compatível com o ecossistema de TI utilizado pelos **CORREIOS**, para backup de dados, programação de máquinas virtuais, processamento de scripts de monitoramento e de análise de dados em larga escala e demais processos;

VII - *supermetrics*, em módulos mínimos que incluam Google Sheets/Microsoft Excel e, sob demanda, Google Big Query e Megalista, incluindo todos os conectores de serviços de mídia e analytics utilizados e/ou com previsão de utilização nas estratégias de mídia dos **CORREIOS**;

VIII - acesso a ferramenta de visualização de dados e construção de *dashboards*, compatível com a infraestrutura do ecossistema de TI utilizado pelos **CORREIOS** e com funções de compartilhamento em nuvem;

IX - acesso às ferramentas específicas para meios de mídia: Instar Analytics, Instar Planning, Easymedia, Instar Rádio, Mapa OOH, Geofusion, IVC, entre outras;

X - ferramentas para análises multimeios: Target Group Index, Monitor Evolution, Commspoint Journey;

XI - ferramenta para mensuração de audiência em ambiente *on-line* - Comscore.

5.1.4.14. As AGÊNCIAS devem implementar, garantir o funcionamento, a manutenção e a evolução da ferramenta de controle de mídia para suporte de sua operação, a qual deverá prever o controle de todas as etapas do processo de mídia, utilizando como referência os seguintes parâmetros:

I - Cadastramento dos veículos, com, no mínimo, especificações de cobertura, praça de origem, participação (share) de mercado, tabelas de preço atualizadas, números que demonstrem sua visibilidade (audiência, tiragem, circulação e outros critérios que porventura forem desenvolvidos, declarados ou auditados);

- II - Cadastramento dos acordos firmados com veículos, contendo:
- a) identificação do acordo com número da carta de autorização e nome do projeto (se for o caso);
 - b) movimento mensal (de veiculações);
 - c) direcionamento da verba, conforme o caso;
 - d) divisão da verba por AGÊNCIA e por mês;
 - e) esquema comercial completo, com quantidade e custo unitário negociado por item comercial e rentabilidade;
 - f) veículo principal e veículos envolvidos;
 - g) período de veiculação;
 - h) finalização do acordo;
 - i) controle das inserções, reaplicações e bonificações, com cronograma, por quantidade, valor, meio e veículos; e
- III - Controle de verbas autorizadas pelos **CORREIOS**, com separação por segmento institucional, mercadológico e outros que os **CORREIOS** porventura definam no decorrer do contrato:
- a) controle diário do saldo utilizado e disponível por segmento de verba;
 - b) controle de investimento regional e nacional, por meio e veículo; e
 - c) emissão de relatórios mensais e ao final de cada ano, relativos ao investimento, por meio, regional e nacional.
- IV - Controle de Inserções:
- a) controle por quantidade e valor das inserções;
 - b) controle e especificação das reaplicações e bonificações e memória de cálculo.
- V - Emissão de relatórios gerenciais, por campanha e/ou projetos especiais, contendo:
- a) inserções por veículos;
 - b) controle financeiro de acordo com a veiculação, pelo valor autorizado e ajustado e utilização por AGÊNCIA;
 - c) abatimentos e compensações, no caso de falhas nas veiculações e respectiva motivação;
 - d) investimento por grupo de cidades, conforme a população e por meio e veículos.

5.1.4.15. O modelo, campos e itens da ferramenta de controle de mídia serão apresentados para os **CORREIOS** em até 15 (quinze) dias da assinatura do contrato, devendo a ferramenta estar operacional em até 45 (quarenta e cinco) dias após a assinatura do contrato.

5.1.4.16. As AGÊNCIAS deverão realizar treinamento para os usuários dos **CORREIOS**, do NMCorreios e das próprias AGÊNCIAS de forma a possibilitar o uso adequado da ferramenta de controle de mídia.

5.1.4.17. Na implantação da ferramenta de controle de mídia, deverão ser aplicadas tecnologias, estrutura de banco de dados e linguagens de programação compatíveis com os requisitos de tecnologia e segurança dos **CORREIOS**, com vistas à sua possível incorporação aos sistemas corporativos dos **CORREIOS**.

5.1.4.18. A ferramenta de controle de mídia deverá estar hospedada em ambiente seguro, devendo seu banco de dados estar sempre acessível aos **CORREIOS**, inclusive para download, mesmo que, em caso de indisponibilidade do ambiente, seja necessário uso de ferramenta alternativa.

5.1.4.19. A ferramenta de controle de mídia deve estar disponível para acesso *on-line* pelos **CORREIOS**, inclusive para *download* e emissão de relatórios.

5.1.4.20. A propriedade do sistema tecnológico referente à ferramenta de controle, incluído o seu código-fonte e todos os arquivos nele inseridos, deverá ser transferida para os **CORREIOS** até a data do encerramento do contrato.

5.1.4.21. As AGÊNCIAS devem providenciar, sob demanda dos **CORREIOS**, os recursos necessários para a capacitação dos funcionários do NMCorreios, abrangendo treinamentos, deslocamentos para eventos ou formações que contribuam para qualificação do desempenho de suas funções, assim como, em comum acordo com os CORREIOS, para os demais recursos humanos e materiais necessários ao funcionamento do NMCorreios.

5.1.4.22. O MNCorreios deve estar em pleno funcionamento em até 45 (quarenta e cinco) dias após a assinatura do contrato, devendo as AGÊNCIAS apresentarem planejamento de estruturação, organização administrativa, infraestrutura tecnológica, distribuição de responsabilidades, disponibilização de ferramentas, bem como organograma de implementação do NMCorreios em até 15 (quinze) dias após a assinatura do contrato.

5.1.4.23. Eventual necessidade de prorrogação de qualquer um dos prazos constantes dos subitens 5.1.4.15 e 5.1.4.22 deverá ser justificada aos **CORREIOS** em até 15 (quinze) dias antes de seu respectivo vencimento, com a sugestão de novo prazo e, caso aceita, possibilitará a negociação do novo prazo entre as partes.

5.1.4.24. O desempenho dos serviços prestados pelo NMCorreios será avaliado anualmente pelos **CORREIOS**, sendo a correção de eventual desvio em suas atribuições realizada em comum acordo com as AGÊNCIAS.

5.1.5. Dispor, no mínimo, das seguintes informações e estudos disponíveis no mercado, para uso no planejamento, desenvolvimento e execução das demandas de comunicação:

I - pesquisa e análise de comportamento, hábitos e atitudes da população brasileira, relacionados ao consumo de categorias de produtos e de mídia, além de perfis de atitude comportamental;

II - dados sobre consumo e audiência de televisão aberta e por assinatura, incluindo o consumo multiplataforma e via *streaming*, com a audiência de televisão consumida em diferentes plataformas;

III - dados sobre consumo e audiência de rádio, incluindo o consumo via *live streaming*;

IV - dados sobre consumo de mídias digitais;

V - medição da audiência digital multiplataforma - computadores e dispositivos móveis;

VI - auditoria que comprove os dados de circulação paga, tiragem e distribuição dos meios jornal e revista, incluindo, também, suas versões digitais;

VII - pesquisa baseada em geolocalização, com dados sóciodemográficos, econômicos e geográficos, para definição sobre padrões e formatos de OOH e DOOH;

VIII - monitoramento dos investimentos publicitários das principais marcas e segmentos de interesse dos CORREIOS, além de atuação e posicionamento da concorrência;

IX - estudo de checking anual realizado em conjunto com as demais CONTRATADAS, sobre o mercado de checking publicitário, com apresentação de proposta de adoção de metodologias de fiscalização e relação de empresas fiscalizadoras independentes, a serem utilizadas, por padrão, no processo de fiscalização e comprovação de veiculação de ações publicitárias.

5.1.6. Encaminhar ao NMCorreios plano de mídia das ações e campanhas para conferência dos dados, antes da aprovação dos **CORREIOS**.

5.1.7. Executar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato de acordo com as especificações estipuladas pelos **CORREIOS**.

5.1.7.1. A **CONTRATADA** realizará a contratação, administração, execução e fiscalização dos acordos firmados com fornecedores e veículos, inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelos **CORREIOS**, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

5.1.7.2. A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta dos **CORREIOS**, se por eles prévia e expressamente autorizada.

5.1.7.3. A autorização dos **CORREIOS** não exime a responsabilidade da **CONTRATADA** pela escolha e inclusão de veículos nos planejamentos de mídia por ela apresentados.

5.1.7.4. Os **CORREIOS** deverão ser previamente identificados na contratação.

5.1.7.5. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados aos **CORREIOS**, devendo a **CONTRATADA** adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

5.1.7.6. A não conformidade do serviço prestado pelo veículo, fornecedor ou **CONTRADA**, que repercute na plena execução dos serviços contratados, implicará a revisão das obrigações e pagamentos dos acordos firmados.

5.1.7.7. A oneração pelos serviços prestados em decorrência de ação ou omissão por parte da **CONTRATADA** implicará o ressarcimento, aos **CORREIOS**, dos valores pagos indevidamente em até 2 dias úteis contados do recebimento de notificação.

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

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

5.1.8. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos e transferir aos **CORREIOS** todas as vantagens obtidas.

5.1.8.1. Pertencem aos **CORREIOS** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais os descontos e bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo.

5.1.8.2. O disposto no subitem 5.1.8.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

5.1.8.4. A **CONTRATADA** deverá negociar sempre as melhores condições de preço, até o percentual máximo constante do subitem 10.3, em relação aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas e à cessão de obras consagradas incorporadas a essas peças nos casos de reutilizações de peças publicitárias dos **CORREIOS**.

5.1.9. Coletar, no mínimo, 3 (três) cotações prévias de preços de fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no ramo de mercado pretendido e estejam previamente cadastrados no Sistema de Referências de Preços (SIREF) de que trata o art. 71 da Instrução Normativa SECOM nº 1/2023.

5.1.9.1. A cotação deve:

I - detalhar as especificações que compõem seus preços unitários e total;

II - conter a seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências do Contrato N.º [inserir número/ano deste contrato]”;

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

IV - estar acompanhada de comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou

municipal, se aplicável, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

5.1.9.2. A impossibilidade de obtenção das 03 (três) cotações deverá ser formalmente justificada e encaminhada para deliberação dos **CORREIOS**.

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

5.1.9.4. Os **CORREIOS** também poderão, a seu critério, supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.9.5. Os **CORREIOS** procederão à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis no SIREF, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.9.6. Os pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados de produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas devem possuir cláusula de alerta para atendimento dos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010, quando aplicável.

5.1.9.7. A **CONTRATADA** deve informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.9.8. É vedada, em um mesmo procedimento de cotação, a coleta de preços para fornecimento de bens ou de serviços especializados de fornecedores que possuam sócio ou cotista em comum, ou de fornecedor cujo dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9.9. A exclusividade no fornecimento de serviço especializado deve ser documentalmente comprovada e afasta a exigência da coleta de 3 (três) cotações prévias.

5.1.9.10. As disposições do subitem 5.1.9 e respectivos subitens não se aplicam à compra de mídia, salvo previsão em contrário.

5.1.10. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas aprovadas **CORREIOS** e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

5.1.10.1. Os **CORREIOS** poderão, sob própria orientação, contratar a aquisição de materiais, a impressão de peças gráficas ou outras produções sem a intermediação da **CONTRATADA**.

5.1.11. Encaminhar, após a aprovação do serviço pelos **CORREIOS** e sem ônus para este, as seguintes cópias de peças produzidas, com as respectivas informações, referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos:

I - TV, Cinema e DOOH: uma cópia com os arquivos FULL HD (alta resolução, quando solicitado), em formato .mov, .avi, .wmv e outra, em baixa resolução, em formato .wmv;

II - internet: cópias com os arquivos contendo as peças tal qual foram veiculadas em formato .swf;

III - rádio: cópias com os arquivos em formato .mp3;

IV - mídia impressa: impressão colorida em formato A4, da produção da imagem seja ela foto, ilustração 2D ou 3D, assim como respectivos arquivos digitais em alta resolução, abertos;

V - material publicitário de não mídia: peças com dimensões até o formato 460x640mm, 3 (três) exemplares de cada e foto contendo 3 (três) exemplares; peças com dimensões superiores a 460x640mm, arquivos digitais e foto contendo, quando existentes, até 3 (três) exemplares.

5.1.11.1. As peças deverão ser encaminhadas em pen drive ou outro dispositivo indicado pelos **CORREIOS**.

5.1.11.2. Os **CORREIOS** poderão substituir o formato dos arquivos exigidos, em caso de obsolescência tecnológica.

5.1.12. Apresentar estratégia de campanha e plano de integração de meios (eletrônicos, impressos e digitais), compreendendo a visão integrada dos meios, do conceito criativo e da elaboração do leiaute, a ser adotada na comunicação.

5.1.12.1. A proposição da estratégia de mídia deverá estar acompanhada de simulações e de justificativa técnica dos veículos e praças selecionadas para a ação ou campanha.

5.1.13. Medir o alcance, cobertura e frequência do plano de mídia de todas as campanhas publicitárias independentemente do seu valor, efetivando a comparação do plano de mídia proposto com o realizado.

5.1.14. Apresentar aos **CORREIOS**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela justificadamente impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.2.

5.1.14.1. Como alternativa à relação poderá ser apresentado estudo prévio anual que leve em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de publicidade dos **CORREIOS** dos quais será possível e dos quais se revela justificadamente impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.2, com vistas à realização de negociação global entre as partes.

5.1.14.2. A contratação do estudo prévio poderá ser realizada em conjunto com as AGÊNCIAS.

5.1.14.3. O resultado da negociação global entre as partes vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura do contrato.

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

5.1.14.5. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo prévio, os **CORREIOS** poderão solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.15. Apresentar sugestão de alteração em plano de mídia para aprovação prévia dos **CORREIOS**, inclusive em caso de falhas de veiculação.

5.1.15.1. Os **CORREIOS** não pagarão por veiculações que não tenham sido previamente autorizadas.

5.1.16. Efetuar o pagamento dos serviços prestados por fornecedores e veículos, em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento do pagamento realizado pelos **CORREIOS**, enviando aos **CORREIOS**:

I - Até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelos **CORREIOS**, cópia de comprovantes dos pagamentos aos veículos e fornecedores;

II - Até o dia 15 de cada mês, relatório em meio eletrônico e, sempre que solicitado, em formato físico conforme modelo definido pelos **CORREIOS**, com os dados e informações (mensais) de despesas com fornecedores e veículos e o acompanhamento de seus respectivos pagamentos.

5.1.16.1. O relatório mensal deverá conter pelo menos as seguintes informações:

I - número de identificação do processo;

II - nome da ação;

III - data do pagamento dos **CORREIOS**;

IV - data do pagamento da **CONTRATADA**;

V - número da nota fiscal da **CONTRATADA**;

VI - número da nota fiscal do veículo ou do fornecedor;

VII - valor líquido;

VIII - valor do honorário da **CONTRATADA**;

IX - valor total;

X - meio;

XI - praça; e

XII - número do Pedido de Produção ou número do Pedido de Inserção.

5.1.16.2. A não apresentação do relatório, ou o não pagamento nos prazos previstos poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA** até a solução da pendência.

5.1.17. Manter sob sua guarda os seguintes documentos referentes à empresa independente contratada para checagem de veiculação:

I - cópia do contrato social, com firma reconhecida;

II - prova de inscrição na Fazenda Nacional;

III - Certidões de regularidade fiscal (débito com a União, débito Trabalhista e FGTS);

IV - relação com os nomes e assinaturas dos funcionários autorizados a rubricar os relatórios de checagem;

V - descrição detalhada da metodologia adotada; e

VI - relação de clientes atendidos com serviços semelhantes pela empresa independente de checagem (portfólio).

5.1.17.1. Os documentos poderão ser solicitados a qualquer momento pelos **CORREIOS** para fins de fiscalização e deverão ser mantidos arquivados por até 5 (cinco) anos após o encerramento deste contrato.

5.1.18. Implementar e manter em parceria com as AGÊNCIAS o Acervo de Publicidade dos **CORREIOS**, nele inserindo imediatamente as peças produzidas ao longo da vigência contratual, em caráter de “memória da propaganda dos **CORREIOS**”.

5.1.18.1. O acervo virtual será constituído e mantido pelas AGÊNCIAS, a suas expensas, reservada aos **CORREIOS** a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.18.2. A implementação do acervo observará as necessidades dos **CORREIOS**, a serem repassadas às **CONTRATADAS**, oportunamente, no início da execução contratual.

5.1.18.3. As AGÊNCIAS apresentarão aos **CORREIOS**, em até 45 (quarenta e cinco) dias após a assinatura do contrato, proposta de implementação do acervo, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos. A proposta deverá ser implantada em até 90 (noventa) dias após a data de sua aprovação pelos **CORREIOS** e passará a integrar este contrato.

5.1.18.4. O modelo de implementação do acervo deverá ser aprovado previamente pelos **CORREIOS**, com base em requisitos de tecnologia e segurança próprios aos **CORREIOS** e poderá, a critério dos **CORREIOS**, ser incorporado ao seu próprio sistema corporativo.

5.1.18.5. O acervo deverá ser mantido em ambiente virtual, possuir interface amigável para acesso via computador, *tablet* e celular, permitir visualização das peças por campanha categorizadas por tipo e disponibilizar resumos executivos com descrição, período, peças, incluindo as informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.18.6. O acervo deve permitir o armazenamento de todas as peças impressas, eletrônicas e digitais, em alta resolução, nas suas respectivas versões homologadas e entregues para veiculação e distribuição.

5.1.18.7. O acervo deverá estar hospedado em ambiente seguro, devendo seu banco de dados estar sempre acessível aos **CORREIOS**, inclusive para *download*, mesmo que, em caso de indisponibilidade do ambiente, seja necessário uso de sistema alternativo.

5.1.18.8. O acesso ao conteúdo do acervo deverá ser controlado e seguro, disponível apenas a empregados cadastrados dos **CORREIOS** e das AGÊNCIAS, de forma a não expor qualquer estratégia ou dados de campanhas dos **CORREIOS**.

5.1.18.9. A propriedade do sistema tecnológico referente ao Acervo, incluído o seu código-fonte e todos os arquivos nele inseridos, deverá ser transferida para os **CORREIOS** até a data do encerramento deste contrato.

5.1.19. Implementar e manter, em conjunto com as demais AGÊNCIAS, um Banco de Dados de Fornecedores, agrupados por demanda e serviço, identificando, no mínimo, as cotações apresentadas e as empresas efetivamente contratadas.

5.1.19.1. As AGÊNCIAS apresentarão aos **CORREIOS**, em até 45 (quarenta e cinco) dias após a

assinatura do contrato, proposta de implementação do banco de dados, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos. A proposta deverá ser implantada em até 90 (noventa) dias após a data de sua aprovação pelos **CORREIOS** e passará a integrar este contrato.

5.1.19.2. O modelo de implementação do banco de dados deverá ser aprovado previamente pelos **CORREIOS**, com base em requisitos de tecnologia e segurança próprios aos **CORREIOS** e poderá, a critério dos **CORREIOS**, ser incorporado ao seu próprio sistema corporativo.

5.1.19.3. Todos os orçamentos utilizados para a composição do banco de dados deverão estar disponíveis em arquivo digitalizado para acesso, a qualquer momento, pelos **CORREIOS**.

5.1.20. Produzir e entregar em meios impresso e digital definidos pelos **CORREIOS** portfólio anual dos trabalhos realizados durante a execução do contrato.

5.1.20.1. Os trabalhos deverão estar organizados por ação, meio, produto ou serviço, com um resumo da ação, contendo os prazos e os direitos de uso e imagem.

5.1.20.2. O portfólio, em formato sugerido pela **CONTRATADA** e previamente aprovado pelos **CORREIOS**, deverá ser entregue até o último dia útil do mês de janeiro e abranger todas as ações realizadas durante o ano civil imediatamente anterior.

5.1.20.3. Quando da extinção deste contrato, deverá ser entregue um portfólio complementar com os trabalhos não abrangidos pelo portfólio anterior.

5.1.21. Manter, durante no mínimo 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados.

5.1.22. Registrar em Relatório de Acompanhamento o andamento das demandas recebidas dos **CORREIOS**, conforme estrutura de relatório estabelecida, em conjunto, pelos **CORREIOS** e **AGÊNCIAS**, assinando-o e enviando-o eletronicamente aos **CORREIOS** quinzenalmente.

5.1.23. Apresentar em conjunto com as **AGÊNCIAS**, sempre que solicitado e na abrangência e prazo indicados pelos **CORREIOS**, relatório com as práticas, investimentos e veiculações em mídia dos principais concorrentes dos **CORREIOS**.

5.1.24. Apresentar, até o quinto dia útil do respectivo 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.

5.1.25. Apresentar, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias a contar do final da veiculação da campanha:

I - Relatório de Avaliação de Campanha Publicitária, com uma análise crítica da ação realizada, seus pontos positivos e negativos, um mapeamento sugerindo melhorias para a próxima ação e outros elementos necessários à avaliação da efetividade da campanha;

II - Resultados de Mídia, referente ao respectivo planejamento de mídia;

III - Resultados de Produção.

5.1.25.1. Caso os veículos não tenham apresentado todas as comprovações de veiculação para efeito de faturamento e finalização da execução do plano de mídia, a **CONTRATADA** fará a avaliação dos resultados a partir das informações confirmadas, mantido o prazo para cumprimento das obrigações previstas no subitem 5.1.25.

5.1.26. Apresentar em conjunto com as **AGÊNCIAS**, no prazo solicitado pelos **CORREIOS**, *clipping* das ações de comunicação realizadas pelos **CORREIOS** e pelos principais concorrentes diretos.

5.1.27. Apresentar em conjunto com as **AGÊNCIAS**, no prazo solicitado pelos **CORREIOS**, estudos relativos à utilização de mídias inovadoras e alternativas.

5.1.28. Tomar providências imediatas em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços solicitados pelos **CORREIOS**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências.

5.1.29. Prestar esclarecimento imediato aos **CORREIOS** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**.

- 5.1.30. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 5.1.31. Cumprir as normas aplicáveis à execução do objeto contratual.
- 5.1.32. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e os **CORREIOS**.
- 5.1.33. Responsabilizar-se pela execução dos serviços contratados, obrigando-se a reparar, exclusivamente às suas custas e dentro dos prazos estabelecidos, todos os erros, falhas, omissões e quaisquer outras irregularidades dolosas ou culposas verificadas na execução dos serviços, indenizando os **CORREIOS** ou terceiros por qualquer dano ou prejuízo causados a ele, a seus empregados ou a terceiros decorrente desses erros, falhas, omissões ou irregularidades.
- 5.1.33.1. Considera-se falha de execução, inclusive, a omissão ou erro na elaboração de estimativa de custos que resulte em aumento de despesas ou perda de descontos para os **CORREIOS**.
- 5.1.34. Responsabilizar-se:
- I - pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados;
 - II - pelos efeitos de ações administrativas ou judiciais relacionadas com o cumprimento do presente contrato, as quais lhe venham a ser atribuídos por força de norma;
 - III - por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com fundamento na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;
 - IV - por todo e qualquer ônus e encargo previdenciário, fiscal, trabalhista e comercial decorrente da execução deste contrato, inclusive as decorrentes de acidentes, indenizações, multas, seguros, normas de saúde pública e regulamentadoras do trabalho.
- 5.1.34.1. A **CONTRATADA** reembolsará os **CORREIOS** pelos valores que estes forem condenados decorrentes de ações trabalhistas envolvendo os serviços prestados, no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento realizado pelos **CORREIOS**.
- 5.1.34.2. A **CONTRATADA** adotará as providências necessárias para excluir os **CORREIOS** de demandas relacionadas às responsabilidades enumeradas no subitem 5.1.35.
- 5.1.34.3. A inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos do subitem 5.1.35 não transfere aos **CORREIOS** a responsabilidade por seu pagamento nem poderá onerar o objeto desta contratação.
- 5.1.34.4. Quando solicitado pelos **CORREIOS**, a **CONTRATADA** deve apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações previstas no subitem 5.1.35.
- 5.1.35. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados, informações, documentos, especificações técnicas ou comerciais, estratégias e inovações dos **CORREIOS** que lhe sejam fornecidos, não podendo, sob qualquer pretexto divulgá-los, reproduzi-los ou utilizá-los mesmo depois de encerrada a presente contratação.
- 5.1.36. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato sem prévia e expressa autorização dos **CORREIOS**.
- 5.1.37. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação comercial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta na Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses emitida durante a licitação.
- 5.1.38. Permitir aos **CORREIOS** a fiscalização, a vistoria dos serviços e o livre acesso às dependências da **CONTRATADA**, bem como prestar, quando solicitada, as informações sobre a execução do contrato.
- 5.1.38.1. A fiscalização não exclui nem reduz a responsabilidade da **CONTRATADA** por quaisquer irregularidades, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios e, na

ocorrência destes, não implica em corresponsabilidade dos **CORREIOS** ou de seus agentes ou prepostos.

5.1.39. Solicitar previamente aos **CORREIOS** autorização para a participação em concursos com trabalhos que tenham sido desenvolvidos para os **CORREIOS**.

5.1.40. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com os prazos e demais especificações estipuladas pelos **CORREIOS**.

5.1.41. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado deste Instrumento, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

5.1.42. A CONTRATADA será a única responsável por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas os seus empregados, quando nas dependências da CONTRATANTE, ou no desempenho dos serviços relativos ao objeto desta contratação.

5.1.43. A CONTRATADA deverá observar o código de ética da empresa (Código de Conduta Ética e Integridade dos Correios), que está disponível no site dos Correios, no seguinte endereço: <http://www.correios.com.br/sobre-correios/a-empresa/quem-somos/codigo-de-etica>.

5.1.44. A CONTRATADA fica obrigada a observar, durante toda a execução do objeto do contrato, as diretrizes estabelecidas no art. 63 da Lei 13.146/2015, visando à promoção dos recursos de acessibilidade previstos, sendo vedada a veiculação de campanha dos CORREIOS junto à sites que não estejam aderentes à legislação vigente.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DOS CORREIOS

6.1. Fiscalizar a execução desta contratação e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6.2. Efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA, conforme o cronograma previsto neste Instrumento.

6.3. Comunicar à CONTRATADA toda e qualquer ocorrência que interfira na execução dos serviços, objeto desta contratação.

6.4. Fornecer todas as informações necessárias para emissão do documento fiscal.

6.5. Encaminhar à Seguradora, dentro do prazo de validade da(s) Apólice(s), cópia das Notificações de Descumprimento Contratual, enviadas à CONTRATADA, para fins de caracterização da expectativa de sinistro, conforme previsto nos arts. 769 e 771 do Código Civil, quando for o caso de garantia sob a modalidade Seguro-Garantia.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. Os **CORREIOS** fiscalizarão a execução dos serviços contratados e verificarão o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1. O fiscal e os gestores terão poderes, dentre outros, para notificar a **CONTRATADA** sobre irregularidade contratual e conceder prazo para sua respectiva regularização.

7.1.2. A Gestão Operacional do contrato poderá, para melhor atender ao objetivo da ação de comunicação demandada, conceder prazo para a **CONTRATADA** refazer ou reparar, sem ônus para os **CORREIOS**, qualquer execução referente à produção, distribuição ou veiculação considerada não aceitável, no todo ou em parte.

7.1.2.1. O ajuste da irregularidade no prazo concedido afasta a abertura de processo para aplicação da penalidade.

7.1.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância dos **CORREIOS**.

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

7.1.5. A fiscalização pelos **CORREIOS** em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.2. A fiscalização e a gestão deste contrato serão realizadas conforme abaixo:

I - **FISCALIZAÇÃO**: [preenchimento quando da assinatura do contrato].

II - **GESTÃO OPERACIONAL**: [preenchimento quando da assinatura do contrato]; e

III - **GESTÃO ADMINISTRATIVA**: [preenchimento quando da assinatura do contrato].

7.3. A ausência de comunicação por parte dos **CORREIOS**, referente a irregularidade ou falhas, não exime a **CONTRATADA** das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.4. A **CONTRATADA** permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização, especialmente para a auditoria interna dos **CORREIOS** ou auditoria externa por eles indicada.

7.5. Aos **CORREIOS** é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela **CONTRATADA**.

7.6. Os **CORREIOS** avaliarão os serviços prestados pela **CONTRATADA**, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses considerando, no mínimo, os seguintes quesitos:

I - estudo e planejamento;

II - criação;

III - produção/custos;

IV - mídia (estudo e planejamento);

V - mídia (compra e acompanhamento);

VI - avaliação de resultados;

VII - equipe de atendimento;

VIII - eficácia na negociação junto a veículos e a fornecedores;

IX - comprovação de serviços prestados;

X - administração e finanças;

XI - atendimento global.

7.6.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação será considerada instrumento para:

I - solicitar à **CONTRATADA** a melhoria da qualidade dos serviços prestados;

II - subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais; e

III - subsidiar declaração sobre desempenho da **CONTRATADA**.

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

8. REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme disposto nesta cláusula.

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

II - Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços

dos serviços especializados prestado por fornecedor, 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 ao objeto do contrato, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste, realizada a expensas da **CONTRATADA**.

III - Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais de comunicação, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pelas licitantes, na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição que não lhes proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

IV - Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

8.1.1. Os honorários de remuneração de que trata o subitem 8.1, III, não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto de agência não pago pelas plataformas digitais de comunicação, mas visam remunerar a **CONTRATADA** pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

8.1.1.1. Na gestão dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais de comunicação, a remuneração da contratada, prevista no subitem 8.1, III, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto pela contratada para essa distribuição.

8.2. Os honorários de que trata o subitem 8.1 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

8.3. A **CONTRATADA** não fará jus:

I - ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

II - a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da **CONTRATADA**, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - ressarcimento das despesas referentes ao serviço de planejamento e execução de pesquisas de pré-testes de campanha ou a honorário sobre tais serviços;

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

V - honorário em ações publicitárias internacionais em que a norma estrangeira aplicável estabeleça a previsão de desconto de agência;

VI - honorário sobre reimpressão de peças publicitárias, compreendendo-se esta como a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

VII - desconto de agência ou remuneração quando do uso de crédito concedido aos **CORREIOS** por veículos em qualquer ação publicitária pertinente ao contrato;

VIII - ressarcimento de despesas de deslocamento de seus profissionais, representantes ou fornecedores referentes à execução contratual; e

IX - honorário pela tradução de peça e material publicitário para outros idiomas.

8.4. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse dos **CORREIOS**, quando da renovação ou da prorrogação do contrato.

8.5. Os **CORREIOS** poderão a qualquer tempo, por meio de termo aditivo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

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

9.1.1. O desconto de agência é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta dos **CORREIOS**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A **CONTRATADA** repassará aos **CORREIOS** 1/2 (um meio) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.3. 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.

9.3.1. Se a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará aos **CORREIOS** o equivalente a 1/2 (um meio) do desconto que obtiver de cada veículo.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças, materiais publicitários, estudos, análises e planos concebidos pela **CONTRATADA** por meio de seus empregados ou prepostos em decorrência deste contrato passam a ser integralmente dos **CORREIOS**.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais e conexos é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. Os **CORREIOS** poderão, a seu juízo, utilizar os direitos patrimoniais e conexos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo dos **CORREIOS**, as peças criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou aos **CORREIOS** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

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

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

10.2.1. A **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que

o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pelos **CORREIOS**, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas no subitem 10.3.

10.3. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelos **CORREIOS** em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos assim como da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, limitado a, no máximo 50% (cinquenta por cento) valor original, ou, em caso de reutilização por períodos inferiores ao original, a percentual definido por regra de três simples .

10.3.1. Para reutilização, o valor inicialmente contratado 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 de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.5. A **CONTRATADA** se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelos **CORREIOS**.

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

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material aos **CORREIOS**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de até 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela **CONTRATADA** ao fornecedor, sem que caiba aos **CORREIOS** qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, os **CORREIOS** poderão solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da **CONTRATADA** ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6.1. Se os **CORREIOS** pretenderem utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no subitem 10.6, II, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6.2. Os **CORREIOS** poderão aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, caso em que, quando couber, a **CONTRATADA** ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente aos **CORREIOS**.

10.6.3. A **CONTRATADA** se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com modelos/atores, cláusula de impedimento para atuação em campanhas publicitárias ou outras ações públicas de cunho político-partidário e de empresas concorrentes dos **CORREIOS**.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - COMPROVANTES DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

11.1. A **CONTRATADA** deverá apresentar aos **CORREIOS**, junto com a emissão da nota fiscal/fatura, os seguintes documentos relacionados à prestação dos serviços:

I - veiculação: apresentação dos documentos de aprovação dos **CORREIOS**, plano de mídia autorizado, PI (Pedido de Inserção), documentos de comprovação de veiculação, do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, do relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente, quando previsto no subitem 11.2, além de, quando aplicável, documento emitido pelo veículo abatendo as falhas

e bonificando as entregas a maior;

II - produção: apresentação dos documentos de aprovação dos **CORREIOS**, Pedido de Produção (PP), documentos de comprovação da produção como fotos, arquivos digitais navegáveis, exemplares, protocolo de entrega, cópias de documentos de direitos autorais e relatórios de prestação de serviço; e

III - intermediação e supervisão de serviços prestados por fornecedores especializados: apresentação de documentos de aprovação dos **CORREIOS** e de comprovação da contratação e da prestação dos serviços previamente acordados entre as partes.

11.1.1. Os **CORREIOS** informarão o endereço de entrega dos documentos.

11.1.2. Somente serão pagos os serviços previamente autorizados pelos **CORREIOS**.

11.1.3. Para aceitação definitiva dos serviços pelos **CORREIOS**, a **CONTRATADA** deve atender a todas as exigências da fiscalização relativas à eventuais pendências.

11.1.4. Os **CORREIOS** poderão exigir, a qualquer tempo, outros documentos relacionados à prestação dos serviços que julgar necessários.

11.1.5. O documento emitido pelo veículo a que se refere o subitem 11.1, I deverá:

I - em caso de falha em uma programação, descrever a falha e o respectivo valor a ser abatido na liquidação, com a memória de cálculo; e

II - em caso de veiculação além do autorizado, descrever a bonificação e declarar que o valor excedente ao autorizado não será cobrado futuramente dos **CORREIOS**.

11.2. São documentos comprobatórios de veiculação previstos no subitem 11.1, I:

11.2.1. Para TV, Cinema e Rádio:

I - nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa fiscalizadora independente previamente credenciada, conforme estudo de checagem de mídia vigente;

II - nas praças não cobertas por serviços de checagem:

a) declaração de não cobertura na(s) praça(s) veiculada(s) emitida por empresa independente, assinada por quem detém poderes;

b) comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação; e

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

11.2.2. Mídia Out Of Home - OOH:

I - nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de inserções certificado por empresa fiscalizadora independente, contendo detalhamento de inventário, quantidade de pontos, telas ou faces e inserções, o número do Pedido de Inserção (PI), campanha, veículo, período, praça e fotos com data, horário e identificação dos pontos de veiculação e nome da campanha.

II - nas praças não cobertas por serviços de checagem:

a) relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou as peças contendo fotos, período de veiculação e nome da campanha, datado e assinado; e

b) declaração de veiculação firmada sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data e período da veiculação.

11.2.2.1. Nos casos de Outdoor e Outdoor Social, deve ainda ser apresentada a geolocalização (latitude e longitude) dos endereços acompanhada de fotos do início e do fim da campanha em ângulo aberto.

11.2.3. Mídia Digital Out Of Home - DOOH:

I - nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de inserções

certificado por empresa fiscalizadora independente, contendo detalhamento de inventário, quantidade de pontos, telas ou faces e inserções, o número do Pedido de Inserção (PI), bem como período e local de veiculação e nome da campanha;

II - nas praças não cobertas por serviços de checagem:

a) relatório de exibição emitido pelo sistema de controle e monitoramento utilizado pela empresa responsável pela veiculação, no qual deve constar fotos por amostragem (pelo menos 20%), contendo o número do Pedido de Inserção (PI), identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, praça, datado e assinado;

b) declaração de veiculação firmada sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data e período da veiculação.

11.2.4. Internet:

I - relatório de *AdServer* demonstrando as veiculações realizadas e print da tela durante a exibição das peças publicitárias;

II - para serviço de monitoramento, relatório mensal de uso da ferramenta;

III - para veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação que disponibilizam compra direta, relatório extraído da respectiva plataforma do veículo, contendo dados de campanha, tipo de compra, período, peça, quantidade de entregas de acordo com o tipo de compra e data.

11.2.4.1. Para comprovar a veiculação na Internet, a CONTRATADA poderá apresentar, excepcionalmente, antes da veiculação, documento formal assinado pelo veículo, no qual constará a justificativa técnica da impossibilidade de apresentação do print da tela.

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

11.2.6. Demais mídias impressas: exemplares originais dos títulos.

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

11.3. As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas no subitem 11.2 serão estabelecidas formalmente pelos **CORREIOS**.

11.4. A declaração de execução emitida sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, com todos os elementos que a compõem, poderá ser realizada na frente ou no verso do documento/relatório de veiculação emitido pelo veículo, mediante impressão eletrônica ou a aposição de carimbo.

11.5. A **CONTRATADA** deverá:

I - conferir se os relatórios de veiculação emitidos pelos veículos relacionam todos os serviços autorizados pelos **CORREIOS**, devendo qualquer alteração ser formalmente aprovada pelos **CORREIOS**; e

II - contratar empresa independente para comprovar, por meio de relatórios de checagem, a realização dos serviços autorizados pelos **CORREIOS**, nas praças contempladas com o referido serviço, sem prejuízo do disposto no inciso anterior, garantindo que os relatórios de checagem sigam padronização contendo, no mínimo, papel timbrado ou marca d'água e assinatura digital ou outro instrumento de confirmação de autenticidade.

11.5.1. A **CONTRATADA** deverá conferir se os documentos/relatórios de veiculação emitidos pelos veículos relacionam todos os serviços autorizados pelos **CORREIOS**, devendo qualquer alteração na programação autorizada ter sido prévia e formalmente aprovada pelos **CORREIOS**.

11.5.1.1. O relatório de checagem e respectivos dados brutos poderão ser encaminhados diretamente pela empresa independente de checagem aos **CORREIOS**, mediante solicitação.

11.5.1.2. A **CONTRATADA** deve manter os seguintes documentos da empresa independente de checagem:

I - cópia do contrato social, com firma reconhecida;

- II - prova de inscrição na fazenda nacional;
- III - certidões de regularidade fiscal (débito com a União, débito Trabalhista e FGTS);
- IV - relação com os nomes e assinaturas dos funcionários autorizados a rubricar os relatórios de checagem, assinada por quem detém poderes;
- V - descrição detalhada da metodologia adotada;
- VI - relação de clientes atendidos pela empresa fiscalizadora com serviços semelhantes (portfólio).

11.5.1.3. Os documentos da empresa independente de checagem poderão ser solicitados a qualquer momento pelos **CORREIOS** para fins de fiscalização e deverão ser mantidos arquivados pela **CONTRATADA** por até 05 (cinco) anos após o encerramento da vigência do presente contrato.

11.6. Na comprovação das produções, a **CONTRATADA** deve apresentar os seguintes documentos:

- I - peças gráficas: protocolo de entrega e exemplar da peça (dependendo do tamanho, pode-se aceitar a foto da peça produzida, ex: outdoor);
- II - peças digitais: arquivo digital contendo as peças produzidas;
- III - cachês: arquivo digital contendo as matérias veiculadas;
- IV - *adserver*: relatório da ferramenta;
- V - direito de uso: documento de autorização de uso de imagem, devidamente assinado pelo detentor do direito;
- VI - cópia de filme (via streaming): planilha atestando o envio das peças;
- VII - cópia de filme (física): declaração de recebimento arquivo digital;
- VIII - trilha, spot e filme: arquivo digital e autorização de uso;
- IX - foto (produção e click): autorização de uso e arquivo digital;
- X - merchandising: arquivo digital contendo o vídeo do merchandising.

11.7. Na comprovação dos serviços de ferramentas de tecnologia utilizadas em publicidade, a **CONTRATADA** se obriga a apresentar os seguintes documentos:

- I - *Adserver*: relatório da ferramenta;
- II - *MMP Mobile Measurement Platform*: relatório da ferramenta;
- III - *DSP Demand Side Platform*: relatório da ferramenta.

11.8. Na comprovação dos serviços de pesquisas, a **CONTRATADA** se obriga a apresentar os respectivos relatórios e bases de dados.

11.9. Nos casos relativos à veiculação e contratação de serviços no exterior, serão computados para fins de pagamento, por parte dos **CORREIOS à CONTRATADA**, os seguintes custos e despesas:

- I - débitos e/ou créditos relativos à variação cambial da moeda estrangeira até a data do efetivo pagamento do contrato de câmbio;
- II - dispêndios relativos aos tributos incidentes nas remessas e pagamentos ao exterior, a exemplo de IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras) e IRRF (Imposto de Renda Retido na Fonte) devido nas remessas ao exterior, observado em cada caso a necessidade de reajustamento ou não de base de cálculo nos termos da legislação tributária brasileira, bem como outros tributos exigíveis na contratação de serviços no exterior;
- III - custos inerentes ao cumprimento de obrigações tributárias, principais e acessórias, vinculadas aos pagamentos e remessas ao exterior, exceto multas ou encargos decorrentes do pagamento dos referidos tributos em atraso; e
- IV - quaisquer outros gastos, despesas, emolumentos, taxas, incluindo-se as bancárias, inerentes aos pagamentos e remessas ao exterior vinculados aos serviços contratados.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

12.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes aos serviços previamente autorizados pelos **CORREIOS**, a **CONTRATADA** deverá apresentar, além dos comprovantes previstos na Cláusula Décima Primeira:

I - a correspondente nota fiscal emitida sem rasura, em letra legível, em nome dos **CORREIOS**, CNPJ/MF nº 34.028.316/0001-03, da qual constará a indicação dos serviços prestados e respectivos valores, o número do contrato e os seguintes dados bancários da **CONTRADA**:

a) Banco: [da conta corrente da **CONTRATADA**]

b) Titular: [nome empresarial da **CONTRATADA**]

c) AGÊNCIA: [da conta corrente da **CONTRATADA**]

d) Conta corrente: [da **CONTRATADA**]

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo, emitido em nome dos **CORREIOS**.

12.1.1. Os **CORREIOS** informarão tempestivamente o modo de envio da documentação.

12.1.2. A alteração nos dados bancários da **CONTRATADA** deverá ser comunicada tempestiva e formalmente aos **CORREIOS**, ficando sob responsabilidade da **CONTRATADA** eventuais prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação formal e tempestiva.

12.1.3. Correrão por conta da **CONTRATADA** o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito.

12.1.4. Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada comprovação de regularidade da **CONTRATADA** mediante consulta *on-line* no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

12.1.5. A **CONTRATADA** não cadastrada ou com documentação obrigatória vencida no SICAF deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

12.1.6. O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à **CONTRATADA** deverá ser o CNPJ da **CONTRATADA** constante do preâmbulo do contrato.

12.1.6.1. O campo "Tomador dos Serviços" no documento fiscal deverá ser preenchido com os dados do CNPJ dos **CORREIOS**, constante do preâmbulo do contrato.

12.1.6.2. O faturamento dos documentos fiscais terá como referência Brasília/DF.

12.1.7. Quando referente ao pagamento de veículo e fornecedor, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção do serviço e o nome empresarial do veículo ou fornecedor com seu respectivo CNPJ.

12.1.8. O CNPJ que deverá constar da nota fiscal do fornecedor deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.

12.1.9. A nota fiscal emitida pela **CONTRATADA** deve ser acompanhada da seguinte declaração, assinada por seu funcionário responsável pela documentação:

Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos, foram entregues/realizados conforme autorizados pelos **CORREIOS**, sendo observados ainda os procedimentos previstos no Contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.

12.2. Os pagamentos serão efetuados após a prestação e comprovação da execução do serviço pela **CONTRATADA** e consequente realização do atesto pelos **CORREIOS**.

12.2.1. Para a documentação comprobatória apresentada até 60 (sessenta) dias após o encerramento da produção ou veiculação da campanha respectivamente, o pagamento será realizado conforme cronograma abaixo:

--

Data de Atesto da NF	Vencimento
Dia 1 a 15 do mês	Dia 16 do M+1
Dia 16 a 31 do mês	Dia 28 do M+1

Legenda:

M = mês do atesto

M + 1 = mês do atesto acrescido de um mês

12.2.2. Para a documentação comprobatória apresentada após o 60º (sexagésimo) dia respectivamente após encerramento da produção ou veiculação da campanha, o pagamento será realizado em até 180 dias após a apresentação da respectiva documentação.

12.2.3. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país observadas as disposições dos subitens 9.3 e 9.3.1.1.

12.2.4. Os **CORREIOS**, na condição de fonte retentora, farão o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente referentes aos pagamentos que efetuar.

12.2.5. Os **CORREIOS** não pagarão compromisso assumido pela **CONTRATADA** cobrado diretamente por terceiros.

12.2.6. Os **CORREIOS** não aceitam cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

12.2.7. Havendo disponibilidade e interesse dos **CORREIOS**, bem como solicitação da **CONTRATADA** o pagamento eventualmente poderá ser antecipado, mediante desconto, nos termos e nas regras estabelecidas no site dos **CORREIOS**.

12.3. O erro ou irregularidade na documentação de cobrança implica, a critério dos **CORREIOS**, sua devolução para correção, ou a glosa da parte considerada indevida.

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

12.4. Os valores devidos pela **CONTRATADA** aos **CORREIOS** em decorrência da execução contratual, inclusive da aplicação de sanções, poderão ser glosados dos créditos existentes de quaisquer contratos mantidos pela **CONTRATADA** com os **CORREIOS** ou serem descontados da garantia contratual.

12.4.1. Quando decorrente do não complemento de garantia, o valor glosado será retido para a restituição da garantia se prestada sob a modalidade de caução em dinheiro.

12.4.2. Os valores serão atualizados monetariamente desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGP-M (FGV).

12.5. Os pagamentos a fornecedores por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados pela **CONTRATADA** nos prazos e condições previstos neste contrato e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

12.5.1. Os **CORREIOS** não pagarão acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

12.6. No caso de atraso de pagamento pelos **CORREIOS**, desde que a **CONTRATADA** não tenha concorrido de alguma forma para tanto, serão devidos a título de atualização financeira, compensações financeiras e penalizações, encargos moratórios com base na variação *pro rata tempore* do IGP-M (FGV), verificada entre a data prevista para o pagamento e a data em que esse for efetivado.

12.7. A **CONTRATADA** deve efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos em até 5 (cinco) dias úteis após o recebimento da ordem bancária dos **CORREIOS**, enviando aos **CORREIOS**:

- I - Até o dia 10 do mês subsequente ao do pagamento realizado pelos **CORREIOS**, cópia de comprovantes dos pagamentos aos veículos e fornecedores;
- II - Até o dia 15 de cada mês, relatório em meio eletrônico e, sempre que

solicitado, em formato físico conforme modelo definido pelos **CORREIOS**, com os dados e informações (mensais) de despesas com fornecedores e veículos e o acompanhamento de seus respectivos pagamentos.

12.7.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pelos **CORREIOS**, e os relatórios deverão conter pelo menos a data do pagamento dos **CORREIOS**, data do pagamento da **CONTRATADA**, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

12.7.2. O não cumprimento injustificado do disposto no subitem 12.7 poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da **CONTRATADA** até a solução da pendência.

12.7.2.1. A não solução da pendência no prazo de 15 (quinze) dias contados da notificação dos **CORREIOS** caracteriza inexecução contratual por parte da **CONTRATADA**, permitindo aos **CORREIOS** rescindir o contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos, conforme o caso.

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

12.7.3. A **CONTRATADA** responderá pelos eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância dos prazos de pagamento.

12.7.4. Em até 60 (sessenta) dias contados a partir do último dia de veiculação de cada ação/campanha publicitária realizada, a **CONTRATADA** deverá apresentar toda a documentação correta para efeito de liquidação e pagamento de despesas, ou justificar sua não apresentação.

12.7.4.1. A **CONTRATADA** poderá, a qualquer tempo, renunciar ao recebimento de valores decorrentes de notas fiscais não apresentadas pelos veículos.

13. **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - GARANTIA**

13.1. A **CONTRATADA** comprovará no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data da publicação do Extrato do Contrato no Diário Oficial da União, a efetivação da garantia de execução contratual, em percentual equivalente a 1,5% (um inteiro e cinco décimos por cento) [do valor estimado para a execução dos serviços previsto no subitem 4.1] do valor global deste Contrato, podendo optar por uma das seguintes modalidades:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

13.1.1. Decorrido o prazo de mora previsto no subitem 14.3, XIII, sem que haja a apresentação/reposição ou complementação da garantia, o valor correspondente será retido do pagamento subsequente, para a constituição da garantia sob a modalidade caução em dinheiro.

13.1.2. O desconto no pagamento para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade cabível pelo atraso, prevista na Cláusula Décima Quarta deste Instrumento.

13.1.3. A **CONTRATADA** poderá a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade, conforme previsto na Cláusula Décima Quinta deste Instrumento.

13.1.4. Quando apresentada Carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia, é indispensável que a cobertura da garantia alcance todas as obrigações previstas em Contrato, principal e acessória.

13.1.5. A **CONTRATADA** poderá apresentar mais de 01 (uma) apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.

13.1.6. A garantia só será aceita, e a exigência contratual atendida, após a cobertura integral das obrigações pactuadas neste instrumento.

13.1.7. Se a opção da garantia recair em seguro garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar:

- a) cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;
- b) vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 13.3;
- c) cláusulas de inalienabilidade e de irrevogabilidade;
- d) cláusula expressa de renúncia do fiador aos benefícios dos artigos 827 e 835 do Código Civil Brasileiro.;
- e) o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

13.2. A Carta de Fiança ou Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

13.3. A validade da garantia deverá ultrapassar em 90 (noventa) dias a vigência do contrato de que trata a Cláusula Décima Oitava.

13.3.1. Em havendo a prorrogação do contrato, com alteração do valor, a garantia deverá ser atualizada e comprovada, no prazo de até 10 (dez) dias úteis da publicação do Termo Aditivo ou no caso de manutenção do valor, a garantia deverá ser comprovada até o término da vigência da garantia atual.

13.4. No caso de haver acréscimo no valor deste Contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data da publicação do extrato do Termo Aditivo no Diário Oficial da União, ou, no caso de apostilamento, da data do recebimento da notificação pela CONTRATADA.

13.5. Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de quaisquer obrigações, inclusive indenização a terceiros, a CONTRATADA se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo e improrrogável de 10 (dez) dias úteis, a contar da data que for notificada pela CONTRATANTE.

13.6. A garantia prestada será liberada ou restituída após cessadas todas as obrigações assumidas pela CONTRATADA.

13.6.1. A garantia, quando prestada em dinheiro, será liberada ou restituída atualizada monetariamente com base na variação *pro rata tempore* do IGP-M (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

14. **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

14.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pelos **CORREIOS**, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - advertência;

II - multa;

III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com aos **CORREIOS** por até 02 (dois) anos.

14.1.1. São assegurados à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

14.1.2. A justificativa da **CONTRATADA** pelo descumprimento da obrigação, quando acatada pelo gestor operacional, afasta a aplicação da penalidade.

14.1.3. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF pelos **CORREIOS**.

14.1.4. A rescisão contratual será objeto de processo administrativo específico.

14.2. A sanção de advertência poderá ser aplicada por descumprimento de obrigação contratual para a qual não haja previsão de outra sanção, podendo ser cumulada com a penalidade de multa.

14.3. A multa será aplicada nas seguintes hipóteses:

I - Atrasar (1) a implantação da estrutura centralizada em Brasília, (2) o início da operação do núcleo de mídia, (3) a implementação da ferramenta de controle de mídia, (4) a apresentação da proposta de implementação ou o início da operação do Acervo de Publicidade dos **CORREIOS** ou do Banco de Dados de Fornecedores (subitens 5.1.3, 5.1.4.22, 5.1.4.15, 5.1.18.3 e 5.1.19.1):

a) até o 30º dia de atraso: 2% (dois por cento), sobre o valor da garantia, por

irregularidade;

b) entre o 31º dia de atraso e o 60º dia de atraso: 1% (um por cento) sobre o valor da garantia, por irregularidade e por dia de atraso;

c) após o 60º dia de atraso: rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação das multas.

II - Não manter a operação (1) da estrutura centralizada em Brasília, (2) do núcleo de mídia, (3) da ferramenta de controle de mídia, (4) do Acervo de Publicidade dos CORREIOS ou (5) do banco de dados de fornecedores (subitens 5.1.3, 5.1.4, 5.1.4.13, I, 5.1.18 e 5.1.19):

a) até o 30º dia sem operação: 2% (dois por cento) sobre o valor da garantia, por irregularidade;

b) entre o 31º dia e o 60º dia sem operação: 1% (um por cento) sobre o valor da garantia, por irregularidade e por dia de atraso;

c) após o 60º dia sem operação: rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação das multas.

III - Reincidir na substituição dos profissionais responsáveis pela execução dos serviços, sem comunicação aos CORREIOS (subitem 5.1.3.3):

a) primeira reincidência: 1% (um por cento), sobre o valor da garantia;

b) segunda reincidência: 2% (por cento) sobre o valor da garantia;

c) terceira reincidência: rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação das multas.

IV - Reincidir na inobservância do prazo de encaminhamento de documentos, conforme previsto nos subitens 5.1.22, 5.1.23, 5.1.24, 5.1.25, 5.1.26 e 5.1.27:

a) primeira reincidência: 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor da garantia;

b) da segunda à quarta reincidência: 0,5% (cinco décimos por cento) sobre o valor da garantia.

c) quinta reincidência: abertura de processo de rescisão contratual, sem prejuízo das multas.

V - Reincidir na inobservância aos subitens 5.1.9.9, 5.1.11, 5.1.12, 5.1.13 e 5.1.15:

a) da primeira a quinta reincidência: 1% (um por cento) sobre o valor da garantia;

b) a partir da quinta reincidência: 2% (dois por cento) sobre o valor da garantia.

VI - Contratar fornecedor ou veículo, sem prévia autorização dos **CORREIOS** (subitem 5.1.7.2):

a) 10 % (dez por cento) sobre o valor da garantia ou do valor contratado com o fornecedor ou veículo, o que for maior;

b) reincidência: rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação da multa.

VII - Não apresentação dos comprovantes e relatório previstos no subitem 5.1.16

a) até o 15º dia de pendência: 2% (dois por cento) sobre o valor da garantia, por irregularidade e por dia de atraso;

b) após o 15º dia de pendência: abertura de processo de rescisão contratual, sem prejuízo das multas.

VIII - Não realizar ação/campanha publicitária no prazo definido pelos **CORREIOS**: 5% (cinco por cento) sobre o valor da garantia ou da veiculação e/ou produção não realizada, o que for maior;

a) caso a data ou período de implantação da ação publicitária se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação, a multa pode ser aumentada em 10 vezes;

b) a reincidência implica rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação das multas anteriores.

IX - Não quitar os compromissos com fornecedores e veículos, no prazo estabelecido no subitem 5.16:

a) até o 15º dia de inadimplência: 10% (dez por cento) sobre o valor da garantia, por dia de atraso;

b) após o 15º dia de inadimplência: abertura de processo para rescisão contratual, sem prejuízo da aplicação das multas.

X - reincidir no não cumprimento às condições para o fornecimento de serviços especializados previstas no subitem 5.1.9 e subitens:

a) da primeira a quinta reincidência: 5% (cinco por cento) sobre o valor da garantia, por reincidência;

b) da quinta à décima reincidência após aplicação de advertência: 10% (dez por cento) sobre o valor da garantia, por reincidência;

c) décima primeira reincidência: rescisão contratual, sem prejuízo das multas.

XI - Não apresentar a relação ou estudo previstos no subitem 5.1.14:

a) 5% (cinco por cento) sobre o valor da garantia;

b) reincidência: 10% (dez por cento) sobre o valor da garantia.

XII - Reincidir na não apresentação do portfólio no prazo previsto no subitem 5.1.20.2:

a) 2% (dois por cento) sobre o valor da garantia;

b) reincidência: 3% (três por cento) sobre o valor da garantia.

XIII - Atraso na apresentação, reposição, complementação ou atualização da garantia de execução contratual:

a) até o 10º dia útil de atraso: 1% (um por cento) sobre o valor da garantia, por dia de atraso;

b) após o 10º dia útil de atraso: 30% (trinta por cento) sobre o valor da garantia e rescisão contratual.

XIV - Rescisão unilateral do contrato por ato culposo da **CONTRATADA**: 20% (vinte por cento) sobre o valor da garantia.

XV - Multa de 5% (cinco por cento) do valor do contrato informado no subitem 4.1, nas seguintes situações:

a) inexecução total do contrato;

b) apresentação de documentos falsos ou falsificados;

c) irregularidades que ensejem a rescisão contratual;

d) condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

e) prática de atos ilícitos visando prejudicar a execução do contrato;

f) prática de atos ilícitos que demonstrem não possuir idoneidade para contratar com os **CORREIOS**;

g) inadimplemento, por parte da **CONTRATADA**, de obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas aos seus empregados.

14.3.1. Para cálculo da multa, será considerado o valor da garantia vigente no momento da decisão de aplicação da multa.

14.3.2. As multas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

14.3.3. Para efeito de reincidência serão consideradas:

I - As irregularidades praticadas em um mesmo período de vigência contratual, salvo quando o ato irregular se referir a uma obrigação anual, caso em que será considerado todo o período de execução contratual até o momento da prática do ato;

II - As irregularidades referentes ao mesmo dispositivo (subitem, inciso ou alínea), salvo quando previsto em sentido contrário.

14.3.4. A multa poderá ser aumentada em ¼ (um quarto) se constatada má-fé da

CONTRATADA, ou reduzida em ¼ (um quarto) conforme regularidade da execução contratual pela **CONTRATADA**.

14.3.5. A multa por rescisão prevista no subitem 14.3, XV, cumulará com as multas pelo atraso na execução de obrigações contratuais, exceto, quando a soma destas for superior a 20% (vinte por cento) do valor da garantia, caso em que a multa por rescisão não será aplicada.

14.3.6. Caso o valor total das multas aplicadas em um mesmo período de vigência contratual ultrapasse 20% (vinte por cento) do valor da garantia, os **CORREIOS** poderão iniciar o processo de rescisão contratual.

14.4. A suspensão temporária, por prazo não superior a 2 (dois) anos, de participação em licitação e impedimento de licitar e contratar com os **CORREIOS** será aplicada quando ocorrer:

- I - apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- II - reincidência de execução insatisfatória dos serviços contratados;
- III - atraso, injustificado, na execução e/ou conclusão dos serviços, contrariando o disposto no contrato;
- IV - irregularidades que ensejem a rescisão contratual;
- V - condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- VI - prática de atos ilícitos visando prejudicar a execução deste contrato;
- VII - prática de atos ilícitos que demonstrem não possuir idoneidade para contratar com os Correios;
- VIII - inadimplemento, por parte da **CONTRATADA**, de obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas aos seus empregados.

15. **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - RESCISÃO**

15.1. Este contrato poderá ser rescindido, sem prejuízo das penalidades previstas na Cláusula Décima Quarta:

15.1.1. Por ato unilateral dos **CORREIOS**, quando ocorrer:

- I - sobreposição de plano de incentivos aos interesses dos **CORREIOS**;
- II - prática de ato de conflito de interesse em desatendimento à Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses emitida durante o processo licitatório;
- III - quebrar do sigilo contratual;
- IV - envolvimento da **CONTRATADA** em escândalo público e notório.
- V - não-cumprimento ou cumprimento irregular de cláusulas contratuais;
- VI - lentidão ou atraso injustificado na execução dos serviços do qual decorra a impossibilidade da conclusão de ação ou campanha no prazo estipulado;
- VII - paralisação injustificada do serviço, sem prévia comunicação aos **CORREIOS**;
- VIII - não-manutenção das condições de habilitação exigidas na licitação;
- IX - descumprimento do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal, sem prejuízo das sanções penais cabíveis;
- X - subcontratação do objeto deste contrato a outra agência de propaganda;
- XI - desatendimento de determinação regular da fiscalização ou gestão contratuais;
- XII - cometimento de falhas na execução deste contrato;
- XIII - decretação de falência da **CONTRATADA**;
- XIV - dissolução da sociedade da **CONTRATADA**;
- XV - alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da **CONTRATADA**, que prejudique a execução deste contrato;

XVI - razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa a que estão subordinados os **CORREIOS** e exaradas no processo administrativo a que se refere este contrato;

XVII - caso fortuito ou força maior, regularmente comprovados, impeditivos da execução deste contrato.

15.1.1.1. Em caso de alteração das condições de habilitação jurídica da **CONTRATADA** em razão de fusão, cisão, incorporação, associação, cessão ou transferência, total ou parcial, este contrato poderá ser ratificado e sub-rogado para a nova empresa, sem ônus para os **CORREIOS**, e com a concordância deste, com transferência de todas as obrigações aqui assumidas, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial.

15.1.1.2. Os **CORREIOS** se reservam o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

15.1.1.3. Em caso de cisão, os **CORREIOS** poderão rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

15.1.1.4. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 15.1.1.1, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada aos **CORREIOS**, anexando-se o documento comprobatório da alteração social devidamente registrada em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social, sob pena da aplicação das sanções previstas neste contrato e em lei.

15.1.1.5. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a **CONTRATADA** terá 30 dias para regularizar a situação, contados da notificação dos **CORREIOS**, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

15.1.2. Amigavelmente, por acordo entre as partes, desde que haja conveniência para a **CONTRATANTE**.

15.1.3. Judicialmente, nos termos da legislação.

15.2. É prevista a rescisão, ainda, nos seguintes casos:

I - suspensão da execução contratual, por ordem escrita dos **CORREIOS**, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda, por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenização pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à **CONTRATADA**, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

II - ocorrendo atraso superior a 60 (sessenta) dias dos pagamentos devidos pelos **CORREIOS**, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à **CONTRATADA** o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação.

15.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos de processo administrativo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente dos **CORREIOS**.

15.5. Quando a rescisão ocorrer com base no subitem 15.1.1, XVI e XVII ou no subitem 15.1.2, sem que haja culpa da **CONTRATADA**, ela será ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

15.6. A rescisão por ato unilateral dos **CORREIOS**, exceto quando se tratar de casos fortuitos, força maior ou razões de interesse público, acarretará as seguintes consequências, sem prejuízo das sanções previstas em lei ou neste instrumento:

I - retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados aos **CORREIOS**;

II - retenção dos créditos existentes em outras contratações, porventura vigentes entre aos **CORREIOS** e a **CONTRATADA**, até o limite dos prejuízos causados;

III - retenção/execução da garantia contratual para ressarcimento dos **CORREIOS** dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

15.6.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista nos incisos do subitem 15.7, a **CONTRATADA** será notificada para, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência dos Correios indicada pelos **CORREIOS**, sob pena de imediata aplicação das medidas judiciais cabíveis.

15.7. Não será devida remuneração em caso de rescisão, salvo o ressarcimento de despesas previstas neste contrato autorizadas pelos **CORREIOS** e comprovadamente realizadas pela **CONTRATADA**.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. Os contratos firmados com as AGÊNCIAS serão idênticos e permitirão às AGÊNCIAS operarem indistintamente em todos os segmentos de atuação dos **CORREIOS**.

16.1.1. Qualquer conteúdo desenvolvido por uma das AGÊNCIAS poderá ser incorporado à proposta de outra AGÊNCIA, a critério dos **CORREIOS**.

16.2. A juízo dos **CORREIOS**, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação poderão ou não vir a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações, durante a execução do contrato.

16.3. A **CONTRATADA** deve manter, junto aos **CORREIOS**, um representante credenciado por escrito, o qual será responsável pela direção dos serviços contratados e a representará perante os **CORREIOS**.

16.4. Os **CORREIOS** publicarão na imprensa oficial e em sua página da internet processo de seleção interna com as regras para a escolha da AGÊNCIA que será responsável pelo atendimento da demanda de comunicação.

16.5. As campanhas publicitárias para ambiente digital devem obedecer às diretrizes dos **CORREIOS**, com aproveitamento de recursos de divulgação, publicidade e de prestação de serviços facilitados e viabilizados pela tecnologia de comunicação de dados por meio da Internet, visando interatividade, personalização, globalização, integração, aproximação, convergência e democratização da informação.

16.6. O atendimento às obrigações previstas para a **CONTRATADA** não implica imposição ou transferência de despesa ou qualquer outro ônus, de qualquer natureza, aos **CORREIOS**.

16.7. Na execução dos serviços contratados, é vedado à **CONTRATADA** utilizar empregado familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança nos **CORREIOS**, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

16.8. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores e de veículos, serão divulgadas na página dos **CORREIOS** na Internet.

16.8.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

16.8.2. Os prazos previsto no contrato são contados em dias corridos, quando não previsto em contrário, excluindo-se o dia do início e incluindo-se o do vencimento.

16.8.2.1. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo nos **CORREIOS**

16.8.3. O Apêndice 2 deste contrato contém a Matriz de Risco contratual, a qual define riscos e responsabilidades entre as partes e caracteriza o equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, em termos de ônus financeiro decorrente de eventos supervenientes à contratação.

16.9. Constituem direitos e prerrogativas dos **CORREIOS**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 13.303/2016, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

16.10. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

APÊNDICE 1 - ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento a que se refere o subitem 2.1.1, I, serão realizadas para subsidiar o desenvolvimento e a avaliação das campanhas publicitárias dos **CORREIOS** e visarão:

I - gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias;

II - aferir a proposição estratégica, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

III - possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias.

1.1. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.2. Os **CORREIOS** poderão solicitar a realização das seguintes pesquisas, de acordo com sua conveniência:

I - Pré-teste de campanha: pesquisa vinculada à concepção e criação de campanhas, peças, materiais publicitários e ações publicitárias interativas (em canais como redes sociais e mobile) e tem por objetivo testar a campanha junto ao seu público-alvo, buscando levantar o entendimento dos conceitos e das mensagens a serem transmitidas, bem como identificar a linha criativa mais adequada;

II - Avaliação de Resultados: objetiva verificar a performance dos Indicadores de Comunicação e demais elementos técnicos definidos para cada campanha;

III - Avaliação da Publicidade: objetiva analisar se as campanhas durante o ano foram percebidas, se os conceitos escolhidos foram fixados pelo público e a contribuição das campanhas na percepção do posicionamento/ propósito e na identidade da marca.

1.3. Poderá ser solicitada 1 (uma) pesquisa de pré-teste 1 (uma) de avaliação de resultados a cada campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja igual ou superior a R\$15 milhões (quinze milhões de reais).

1.4. Poderão ser solicitadas anualmente:

I - até 3 (três) pesquisas de pré-teste para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja inferior a R\$ 15 milhões de reais;

I - até 3 (três) pesquisas de avaliação de resultados para campanha ou fase componente de uma campanha cujo valor seja inferior a R\$ 15 milhões de reais;

III - até 2 (duas) pesquisas de avaliação da publicidade, podendo ser 1 (uma) na metodologia qualitativa.

1.5. A cada campanha, poderão ser escolhidas até:

I - 5 (cinco) praças para realização de pesquisas de pré-teste;

II - 10 (dez) praças para realização de pesquisas de avaliação de resultados;

III - 10 (dez) praças para realização de pesquisas de avaliação de publicidade.

1.6. As AGÊNCIAS, poderão indicar, em conjunto, para validação prévia dos **CORREIOS**, 01 (um) mesmo instituto para realizar as pesquisas, no período de 12 meses, com o objetivo de um melhor aproveitamento do histórico das informações nas análises dos resultados e de uma execução mais ágil.

1.5.1 Os **CORREIOS** poderão, a seu critério, solicitar mais informações sobre a empresa e a proposta técnica apresentada, bem como solicitar a substituição do fornecedor a qualquer tempo.

1.5.2. A escolha da metodologia a ser utilizada nas pesquisas deverá ser previamente referendada pelos **CORREIOS**.

2. Os serviços especializados a que se refere o subitem 2.1.1, III, do contrato compreendem:

I - tecnologias e ferramentas de monitoramento, análise e otimização das ações publicitárias, a exemplo das ferramentas: *Data Management Platform (DMP)*, *Demand Side Platform (DSP)*, *Mobile Management Platform (MMP)*, *Customer Relationship Management*

(CRM), ferramentas de atribuição de mídia, mídia programática, *Adserver*, entre outras;

II - execução e acompanhamento tempestivo de estratégias de mídia on-line e de performance;

III - monitoramento da atuação publicitária da concorrência, nas diversas mídias, inclusive redes sociais, com apresentação das informações quantitativas e qualitativas solicitadas pelos **CORREIOS**; e

IV - qualquer outra forma inovadora, que venha a surgir, destinada à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, que se enquadre nesta categoria de serviços publicitários e que seja reconhecida pelos **CORREIOS**.

APÊNDICE 2 - MATRIZ DE RISCO

16.11. A matriz de risco constante deste apêndice define de riscos e responsabilidades entre as partes, sendo caracterizadora do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, em termos de ônus financeiro decorrente de eventos supervenientes à contratação.

MATRIZ DE RISCO

Categoria	Item	Risco	Consequência	Alocação
Legal	1	Não manutenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação	Pode ensejar rescisão contratual.	CONTRATADA
	2	Inconsistência dos documentos apresentados para liquidação e pagamento de despesas	Não atesto e pagamento da nota fiscal	CONTRATADA
	3	Não subsidiar a AGÊNCIA com informações necessárias ao cumprimento das obrigações contratuais.	Execução contratual inadequada	CORREIOS
	4	Inobservância do cronograma contratual de pagamentos à AGÊNCIA, por problema operacional dos CORREIOS	Pagamento de atualização, compensações financeiras e penalizações	CORREIOS
	5	Inobservância do cronograma contratual de pagamentos à AGÊNCIA, por problema bancário da AGÊNCIA	Não pagamento	CONTRATADA
Prazo	6	Atraso na execução dos serviços por culpa da AGÊNCIA	Possível prejuízo aos CORREIOS	CONTRATADA
	7	Ocorrência de fato retardador ou impeditivo da execução dos serviços inerente à execução contratual ou ao risco ordinário da atividade empresarial.	Possível prejuízo aos CORREIOS	CONTRATADA
	8	Ocorrência de fato retardador ou impeditivo da execução do objeto contratual que não esteja na álea ordinária contratual, tal como fato do príncipe, caso fortuito, de força maior ou retardamento determinado pelos CORREIOS	Possível prejuízo aos CORREIOS	CORREIOS
Quantidade	9	Desconformidade na entrega ou execução do objeto contratual	Não recebimento do objeto até a regularização	CONTRATADA
	10	Alteração de enquadramento tributário, em razão de resultado ou de mudança da atividade empresarial, bem como de erro da AGÊNCIA na avaliação da hipótese de incidência tributária	Aumento ou diminuição do lucro da AGÊNCIA	CONTRATADA

Preço	11	Criação, extinção, majoração e diminuição de tributos	Aumento ou diminuição do custo do objeto contratual	CONTRATADA e CORREIOS
	12	Recolhimento indevido de tributos por parte dos CORREIOS, em razão de culpa da AGÊNCIA	Diminuição do lucro da AGÊNCIA	CONTRATADA
	13	Recolhimento indevido de tributos por parte dos CORREIOS, em razão de culpa dos CORREIOS	Diminuição do lucro da AGÊNCIA	CORREIOS
Trabalhista/previdenciário	14	Responsabilização dos CORREIOS por verbas trabalhistas e previdenciárias de empregados da AGÊNCIA	Falta de pagamento das verbas trabalhistas e previdenciárias	CONTRATADA



Documento assinado eletronicamente por **Rogério Simionato Botelho, Chefe de Departamento**, em 14/05/2024, às 08:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jose Barreto de Arruda Neto, Analista XI**, em 14/05/2024, às 08:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Torres de Freitas, Analista VII**, em 14/05/2024, às 08:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ronaldo Takahashi de Araujo, Analista de Correios Sr - Administrador Postal**, em 14/05/2024, às 09:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.correios.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **49111378** e o código CRC **CCA1FA6E**.

CTR_Serviço_Publicidade_(M)_1.0

NJ/.....-...../....

Referência: Processo nº 53180.052648/2023-51

SEI nº 49111378