



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA (AGÊNCIA DE PUBLICIDADE)

1 – DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Conselho Federal de Medicina - CFM, representado pela sua **COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**, aqui também designada simplesmente **COMISSÃO**, torna pública, para conhecimento das interessadas, a abertura de licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, do tipo melhor técnica, para **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993.

1.3. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, a Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, disponível no endereço <https://www.gov.br/secom>, o Decreto nº 3.722/2001, a Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018 e as disposições deste Edital.

1.4. O princípio da Publicidade e Comunicação é um dos pilares da administração pública e tem como finalidade fazer com que os vários entes do Poder Público atuem com a maior transparência possível, para que os públicos tenham conhecimento de todas as suas ações e decisões, além disso, contemporaneamente, para que os públicos possam interagir e participar através de opiniões e trocas de informações.

1.5. O Conselho Federal de Medicina é considerado fonte legítima e com credibilidade na geração de dados e informações, sendo referência para veículos de comunicação, entidades médicas, órgãos públicos e para a sociedade em geral. Neste sentido, justifica-se a preocupação de oferecer acesso a conteúdo customizado aos seus diferentes públicos e contar com suporte no planejamento de suas ações.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

1.6. A prestação de serviços contínuos de comunicação digital auxilia o cumprimento das obrigações do CFM, conforme previsto na Lei nº 3.268, de 30 de setembro de 1957, Art. 2º.

*Art. 2º O Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Medicina são os órgãos supervisores da ética profissional em toda a República e ao mesmo tempo, julgadores e disciplinadores da classe médica, cabendo-lhes zelar e **trabalhar por todos os meios ao seu alcance**, pelo perfeito desempenho ético da medicina e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exerçam legalmente.*

1.7 Dessa forma, justifica-se a contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade, pois essa ação é imperativo para que o Conselho Federal de Medicina faça chegar, aos médicos, sociedade civil e os públicos específicos, as informações das suas atividades rotineiras e ações específicas, por meio da divulgação midiática ou com estratégias não mídia. Dessa maneira garantindo transparência aos seus atos e estando alinhada com a sua missão institucional.

1.8 Por fim, este Termo de Referência expressa a preocupação do CFM em agir com transparência na condução do referido processo e em oferecer aos interessados todas as informações necessárias para que possam compreender suas dimensões institucional e administrativa.

2 – RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1 Os invólucros com as propostas técnica e de preço serão recebidos como segue:

Dia: 20 de fevereiro de 2024

Hora: 10h30

**Local: SGAS Qd. 616 Lote 115, Conj D, Asa Sul – Brasília – DF – CEP.
70.200-760.**

2.2. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.3. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto no Edital, especialmente no item 19, e na legislação aplicável.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

2.4. Os invólucros com os documentos de habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Licitação.

2.5. Os horários mencionados neste T.R. referem-se ao horário de Brasília/DF.

3 – OBJETO

3.1 O objeto deste T.R. é a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, o posicionamento institucional, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse.

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

a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;

b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;

c) À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

3.3 A contratação dos serviços, elencados no subitem 3.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

3.4 O planejamento, previstos no subitem 3.1, objetiva 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

3.5 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.2. terão a finalidade de:

- a Gerar conhecimento sobre o mercado, os públicos-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;**
- b Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;**
- c Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.**

3.6 Para os fins desta concorrência, é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.7 Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.8 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada **AGÊNCIA, LICITANTE OU CONTRATADA**.

3.9 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 3.1, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93.

3.10 A agência atuará por ordem e conta do Conselho Federal de Medicina, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos, além de todos os serviços conexos e complementares.
- b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

3.11 A licitante que vier a ser contratada atuará de acordo com solicitação do Conselho Federal de Medicina e terá exclusividade em relação aos serviços previstos no item 3.1.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

3.12 A agência atuará de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 3.1.

4- RETIRADA DO EDITAL

4.1 Retire o edital gratuito acessando a página: www.comprasgovernamentais.gov.br.

4.2 O edital poderá também ser obtido por meio do endereço eletrônico <http://www.portalmédico.org.br>, após o preenchimento do cadastro especificado na página. Informações adicionais poderão ser obtidas junto à Comissão de Licitação pelo e-mail colic@portalmédico.org.br, por correspondência endereçada ao Sr(a). Pregoeiro (a) para o endereço – SGAS 616 Conj. D, Lote 115 – L2 Sul, Brasília - DF, ou pelo telefone (61) 3770.3524.

4.3 O interessado que adquirir o Edital por meio da Internet se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União as possíveis alterações ou informações sobre esta concorrência.

5 – INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Pedidos de esclarecimentos sobre esta concorrência devem ser encaminhados à Comissão de Licitação, exclusivamente mediante solicitação por escrito, pelo seguinte e-mail: colic@portalmédico.org.br.

5.2 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.3 Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Especial de Licitação. Os pedidos deverão ser encaminhados até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das propostas.

5.4 Às licitantes consulentes e demais interessadas nesta concorrência cabe acessar assiduamente o endereço supra para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

5.5 Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das propostas técnica e de preço previstos no subitem 2 deste Edital.

6 – IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 Decairá do direito de impugnar perante a Comissão de Licitação:

I – O cidadão que não se manifestar **até 5 (cinco) dias** úteis antes da data de recebimento das propostas técnicas e de preço;

II – A licitante que não se manifestar **até 2 (dois) dias** úteis antes da data de recebimento das propostas técnicas e de preço.

6.2 Considera-se licitante para efeito do inciso II do item 6.1 a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no aviso de licitação ou neste Edital.

6.3 O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, poderá ser entregue à Comissão Especial de Licitação do CFM pelo seguinte e-mail: colic@portalmedico.org.br, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.4 A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

6.5 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

6.6 Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 5 (cinco) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7 – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1 Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- a) Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o CFM;**
- b) Cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;**
- c) Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;**
- d) Estrangeira que não funcione no País;**
- e) Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CFM;**
- f) Que estejam reunidas em consórcio;**
- g) Cooperativas;**
- h) Que atuem sem fins lucrativos.**

7.3 Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU.

7.4 Nenhum licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

7.5 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação o invólucro padronizado e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.6 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo o CFM, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

8 – CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1 Para participar do certame, o(a) representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o(a) credencia, junto com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as propostas técnica e de preço.

8.2 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente. Em ambos os casos, o documento deve ser autenticado em cartório ou apresentado junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

8.3 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.4 Os documentos mencionados nos subitens precedentes deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as propostas, ou, quando for o caso, os documentos de habilitação, e comporão os autos do processo licitatório.

8.5 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.6 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das propostas técnica e de preço credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

8.7 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as propostas técnica e de preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados.

9 – ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 A proposta técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

9.2 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.3 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado e fornecido, obrigatoriamente, pelo CFM

9.4 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Comissão Especial de Licitação do CFM, de segunda a sexta-feira (dias úteis), das 8h às 11h:30m e das 13h:30m às 17h.

9.5 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.6 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.7 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) Ter nenhuma identificação;
- b) Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da Licitante.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

INVÓLUCRO Nº 2

9.8 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, de que trata o subitem 11.4.

9.9 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

9.10 O Invólucro nº 2 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e às informações de que trata, desde que inviolável até sua abertura.

9.11 O Invólucro nº 1 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes, da abertura do Invólucro nº 2.

INVÓLUCRO Nº 3

9.12 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

9.13 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

9.14 O Invólucro nº 3 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

9.15 O Invólucro nº 3 e os documentos nele acondicionados (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (invólucro nº 1) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10 – ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1 A proposta de preço deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

10.2. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da Licitante
Concorrência nº xx/xxxx

10.3. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e às informações de que trata, desde que inviolável até sua abertura.

10.4. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua proposta técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1.Raciocínio Básico
	2.Estratégia de comunicação publicitária
	3. ideia Criativa
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2.CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	1.Clientes
	2.Profissionais
	3.Infraestrutura
	4.Sistemática de atendimento
3.REPERTÓRIO	
4.RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	

11.1.1 A proposta técnica será redigida em língua portuguesa, exceto expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. Para a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, as licitantes levarão em conta as seguintes orientações:

- Caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m², ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m² a 90 g/m², orientação paisagem;
- Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12, observado o disposto nos subitens 11.2.1 e 11.2.3;
- Numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;

- ➡ Sem identificação da licitante.

11.2.1 As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e aos materiais de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.4.

11.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a. Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b. Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, cor preta, tamanho 10;
- c. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão: c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4; c2) ser impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a. Ser editados em cores;
- b. Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- c. Ter qualquer tipo de formatação de margem;
- d. Ser apresentados em papel A3 dobrado e impressos na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à Licitante atentar para o disposto no subitem 9.7.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) laudas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no subitem 9.7;

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

11.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3.O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre a atuação do Conselho Federal de Medicina, as ações de comunicação empreendidas pela autarquia, os problemas geral e específico de comunicação, seus desafios e objetivos, expressos no Anexo II – Briefing;

11.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para superar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação relacionados a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

- c. Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- d. Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer,



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a. Apresentar relação de todas as peças e/ou materiais que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e/ou material;
- b. Da relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou materiais que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação e expressar os objetivos descritos no Briefing, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e/ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças e/ou materiais superior ao que pode ser apresentado fisicamente, conforme estabelecido na alínea “b” do subitem 11.3.3, a relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e/ou materiais de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3:

- a. Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e/ou material;
- b. Podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) Roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
 - b2) Protótipo ou “monstro”, para peças destinadas a rádio e Internet;
 - b3) *Storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

11.3.3.3.1. Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

“monstros” poderão ser apresentados em *PEN DRIVE* (na impossibilidade em CD ou DVD), executável em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida. **(será fornecido exclusivamente pelo CFM. Quantidade: 01; Capacidade: 32GB)**

11.3.3.3. Os protótipos ou “monstros” de peças para a Internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, “monstro” de Internet), destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas fisicamente, até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

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

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

“g” do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. A Estratégia de Mídia e Não Mídia é constituída de:

- a. Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b. Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e/ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças e materiais que integrarem a relação comentada prevista a alínea “a” do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre:

- a. O período de distribuição das peças e/ou materiais;
- b. As quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e de divulgação;
- c. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e de divulgação, separadamente por meios;
- d. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e de divulgação;
- e. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- f. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- g. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a. Os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre os serviços de fornecedores.

11.3.4.3.1 Caso este Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea “a” do subitem 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – Ter a identificação da licitante;

II – Ser datado;

III – Estar assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Atendimento.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos seus principais clientes nos últimos 5 anos anteriores a licitação, com a especificação do início e término de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, Internet, produção gráfica, mídia, mídias sociais e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e a discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CFM, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

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

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.7 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

11.8. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar **10 (dez)** peças ou materiais, independentemente de seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *PEN DRIVE* ou CD, ou DVD, executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.2.1. Se soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.1.3. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2. As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2014.

11.8.3. Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo de comunicação ou divulgação que divulgou cada peça.

11.8.4. As peças e/ou materiais não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CFM, sua atual gestão ou administração anterior.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.9 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (**dois**) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

- I. Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II. Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III. Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pelo CFM (da atual ou da administração anterior);
- IV. Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2. Se a Licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na alínea “d” do subitem 12.3.1.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

11.10.3. Os relatos de que tratam este item deverão ter sido implementados de 1º de janeiro de 2014 a 31 de dezembro de 2023.

11.11. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou materiais, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, conforme especificação abaixo:

- I. – As peças eletrônicas deverão ser fornecidas preferencialmente em *PEN DRIVE* (na impossibilidade em CD ou DVD) executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;
- II. – As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III. – Para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

11.12. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

12 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica de Julgamento, prevista no subitem 18.2 deste TR, analisará as propostas técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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

12.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

12.2.1.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- e) A atuação do CFM nos contextos social, político, técnico e epidemiológico;
- f) As características da atuação do CFM e a importância da comunicação para o alcance de suas metas;
- g) O desafio de comunicação expresso no Briefing;
- h) Os objetivos de comunicação expressos no Briefing.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CFM e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CFM com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia da comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CFM, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

12.2.1.3. Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma como se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades de comunicação publicitária do CFM;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou dos materiais;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais com os meios e públicos propostos.

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

materiais em relação às duas alíneas anteriores;

- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CFM;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Conselho Federal de Medicina, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre o Conselho Federal de Medicina e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Conselho Federal de Medicina, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3. Repertório

- a) A Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material;
- c) A clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

12.3. A pontuação da proposta técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Os quesitos e subquesitos terão, no máximo, os seguintes pontos:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Quesitos/Subquesitos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	70
<i>Raciocínio Básico</i>	10
<i>Estratégia de Comunicação Publicitária</i>	25
<i>Ideia Criativa</i>	25
<i>Estratégia de Mídia e Não Mídia</i>	10
Capacidade de Atendimento	10
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL	100

12.3.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá, no máximo, os seguintes pontos a cada atributo dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária:

Quesito	Subquesito	Atributo	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (A)	A1) atuação do CFM nos contextos social, político, técnico e epidemiológico	1,0
		A2) as características da atuação do CFM e a importância da comunicação para o alcance de suas metas	1,0
		A3) desafio de comunicação expresso no Briefing	2,0
		A4) objetivos de comunicação expressos no Briefing	1,0
	Estratégia de Comunicação Publicitária (B)	B1) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CFM e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;	7,0
		B2) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	4,0
		B3) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CFM com seus públicos	2,0
		B4) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar; proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing	7,0



		B5) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,0
		B6) capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CFM, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível	2,0
	Estratégia Criativa (C)	C1) adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing	5,0
		C2) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	3,0
		C3) adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	1,0
		C4) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2,0
		C5) originalidade da combinação dos elementos que a constituem	3,0
		C6) simplicidade da forma como se apresenta	2,0
		C7) pertinência às atividades de comunicação publicitária do CFM	3,0
		C8) desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	3,0
		C9) exequibilidade das peças e/ou dos materiais	1,0
		C10) compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	2,0
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	D1) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários	2,0
		D2) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	2,0
		D3) consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores	4,0



	D4) pertinência, oportunidade e economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CFM	1,0
	D5) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	3,0
	D6) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	3,0

12.3.3. A pontuação do atributo corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica.

12.3.3.1. A pontuação do atributo terá uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo, ou seja: valores menores que 5 (cinco) não alteram a casa decimal; valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais uma unidade.

12.3.4. A pontuação do subquesito corresponderá à soma algébrica da pontuação dos atributos.

12.3.5. A pontuação do quesito corresponderá à soma algébrica da pontuação dos subquesitos.

12.3.6. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá, no máximo, os seguintes pontos a cada atributo dos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Quesito	Atributo	Pontos
Capacidade de Atendimento (E)	E1) porte e tradição dos clientes atuais da licitante e conceito de seus produtos e serviços no mercado	1,0
	E2) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	3,0
	E3) adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à comunicação publicitária do CFM	3,0



	E4) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	1,0
	E5) operacionalidade do relacionamento entre o CFM e a licitante esquematizado na proposta	1,0
	E6) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CFM, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	1,0
Repertório (F)	F1) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver	4,0
	F2) qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material	4,0
	F3) clareza da exposição das informações prestadas	2,0
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (G)	G1) evidência de planejamento publicitário	2,0
	G2) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	3,0
	G3) relevância dos resultados apresentados	3,0
	G4) concatenação lógica da exposição	2,0

12.3.7. A pontuação do atributo corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica.

12.3.7.1. A pontuação do atributo terá uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo, ou seja: valores menores que 5 (cinco) não alteram a casa decimal; valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais uma unidade.

12.3.8. A pontuação do quesito corresponderá à soma algébrica da pontuação dos atributos.

12.3.9. A pontuação da proposta de cada licitante corresponderá à soma algébrica da pontuação dos quesitos.

12.3.10. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída por seus



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

membros aos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e aos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do subquesito ou do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.3.11. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da proposta técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 12.5.

12.4. Será desclassificada a proposta que:

- a) Não alcançar, no total, **80 (oitenta)** pontos;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4;
- c) Propicie que seja identificada sua autoria antes da abertura dos Invólucros nº2.

12.4.1. Poderá ser desclassificada a proposta que não atender às demais exigências do presente Edital e de seus Anexos, a depender da gravidade da ocorrência.

12.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.5.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

13.1. A proposta de preços da licitante deverá ser:

- a. Apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, exceto expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b. Datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3 por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c. O prazo de validade da proposta de preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados da sua apresentação.

13.2. A Licitante deverá apresentar planilha de preços sujeitos a valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo V.

13.3. Declarações nas quais a licitante:

13.3.1. Informará seu entendimento em respeito aos pontos elencados no **Anexo IV** (Modelo de Proposta de Preço);

13.3.2. Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no contrato, **Anexo IX** (Minuta de Contrato).

13.3.3. Garantirá a transferência ao Conselho Federal de Medicina de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

13.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

14.1. As propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento das propostas técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

- a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e/ou materiais cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- c) Percentual de honorários superior a 1% (um por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

14.4. Os percentuais propostos serão de exclusiva responsabilidade da agência e não lhe assistirão o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.5. A reutilização de peças por

período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pelo CFM em relação ao valor original dos direitos patrimoniais do autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

14.5.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso;

14.5.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirão o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados,



nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.6. A nota da proposta de preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.6.1. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS	NOTAS (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal.	$N = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65.	$N = 10 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas e peças publicitárias.	$N = 5 \times (1,0 - \text{Honorários})$

Observação: Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos **desconto** e **honorários** serão substituídos nas fórmulas da coluna **Notas** pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

14.6.3. A nota de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.6.1.

14.6.4. A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- a. O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b. O menor percentual de honorários referentes a produção e execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;
- c. O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

15 – JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das propostas técnica e de preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica, nos termos dos itens 12 e 14 deste TR.

15.2. Serão vencedoras do julgamento final das propostas as licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento da proposta técnica – observado o disposto no subitem 12.5 deste TR e que tiver apresentado a proposta de menor preço de acordo com o subitem 14.6.4 deste Edital.

15.3. Se a licitante mais bem classificada na proposta técnica não tiver apresentado a proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Especial de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das propostas técnicas, até a obtenção do número de agências estipulado para esta concorrência.

15.4. A licitante que não concordar em praticar os preços da proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com o CFM, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

16 – ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão Especial de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnicas e de Preço no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1. A licitante classificada no julgamento final das propostas que não apresentar os documentos de habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.4.1.

16.2. Os documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência CFM nº xx/xxxx

16.2.1. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e deve ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo e às informações de que trata, desde que inviolável até sua abertura.

16.3. Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I – Em original; ou

II – Sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III – Em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV – Em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Especial de Licitação, no ato de entrega dos documentos de habilitação.

16.4. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Licitação.

16.5. Os documentos de habilitação deverão ser acondicionados em caderno



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

16.6. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista neste TR.

16.6.1. Habilitação Jurídica

- a. Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b. Registro comercial, em caso de empresa individual;
- c. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c.1) Os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência.
- d. Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

16.6.2. Qualificação técnica

- a) Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 deste Edital;
- b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- c) O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

agência valerá para a filial;

- d) O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

16.6.3. Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da licitante, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) A data considerada marco para a apresentação do balanço referente ao exercício anterior será: o último dia útil de julho, nos termos da Lei nº 14.030, de 28 de julho de 2020 e Instrução Normativa RFB nº 2023, de 28 de abril de 2021.

b2) O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) Se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b4) O balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- V. Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei no 486/1969;
- VI. Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- VII. Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;
- VIII. Para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:
 - a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
 - b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
 - c) termo de abertura e encerramento;
 - d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
 - e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

4.1.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

4.1.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

c) Do balanço referido na alínea “b”, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

d) Das demonstrações contábeis referidas na alínea “b1”, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1): Ativo Total **S** = ----- Passivo Exigível Total

4.4.1.3 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

4.1.4.4 A licitante que apresentar resultado menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, igual ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 5% do valor estimado da contratação.

4.5 A licitante também deverá incluir no **Invólucro nº 5** a declaração firmada conforme o modelo do ANEXO VI – Modelo de Declaração – Art. 27, V, da Lei nº 8666/1993.

4.6 Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

4.7 A licitante que estiver cadastrada e habilitada parcialmente no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá:

d) Apresentar declaração, expedida por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência nos últimos três anos;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

e) Apresentar declaração, sob as penalidades cabíveis, de que inexistem fatos impeditivos de sua habilitação no presente processo licitatório e de que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;

f) Comprovar o valor do patrimônio líquido, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente - a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* - apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

4.4.1 A licitante que tenha solicitado seu cadastramento e/ou sua habilitação parcial no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos envelopes contendo as Propostas Técnicas e de Preços deverá comparecer à sessão de abertura com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

4.5 Em conformidade com a Instrução Normativa nº 2, de 16/09/2009, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, a licitante deverá apresentar **Declaração de Elaboração Independente de Proposta**, conforme modelo constante do **Anexo VII** deste instrumento.

16.6.4. Regularidade fiscal e trabalhista

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Negativa ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (Anexo XI da Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 3/2007), observado o disposto no art. 4º do Decreto Federal nº 6.106/2007;
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, que deverá ser efetuada mediante certidão conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, referente aos tributos federais e à Dívida Ativa da União, por elas administrados, conforme preconizado no art. 1º do Decreto nº 6.106/2007;
- e) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do estado e do município em que estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor na data de apresentação dos documentos de



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

habilitação, fornecido pela Caixa Econômica Federal, nos termos da Lei nº 8.036/1990;

g) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT), que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.7. A licitante também deverá incluir, no Invólucro nº 5, declaração, na forma regulamentada pelo Decreto Federal nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição, elaborada conforme o modelo do Anexo VI deste Edital.

16.8. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.10. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.6.1 e nos incisos “a” e “b” do subitem 16.6.4. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar à Comissão Especial de Licitação existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

16.11. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, do Poder Executivo Federal, apenas deverá apresentar:

- a) Comprovação de que possui capital social ou patrimônio líquido mínimo nos termos do §3º do Art. 31 da Lei 8.666/93, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.2 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);
- b) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- c) Declaração firmada conforme o modelo previsto no subitem 16.7.

16.10.1. Se as informações referentes ao capital social, ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea “c” do subitem 16.10 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que trata o inciso b.3 do subitem 16.6.3, conforme o caso.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

16.10.2. A empresa cuja habilitação parcial no SICAF presente no demonstrativo “Consulta Situação do Fornecedor”, a ser impresso na quarta sessão pública, algum documento vencido ou desatualizado, deverá inserir o respectivo documento no Invólucro nº 5, em plena validade, a fim de comprovar sua regularidade.

16.10.3. É recomendável que a licitante que tenha solicitado seu cadastramento no terceiro dia útil anterior à data de recebimento dos documentos de habilitação compareça à sessão de entrega das propostas com o formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, para eventual comprovação na hipótese de seu não processamento em tempo hábil no SICAF.

16.10.4. As empresas interessadas poderão procurar qualquer Unidade Cadastradora do SICAF para efetuar seu cadastramento, até o **terceiro dia útil anterior** à data prevista para recebimento das propostas.

16.10.5. As questões relativas à regularidade de situação da licitante deverão ser dirimidas pela própria licitante junto à respectiva Unidade Cadastradora.

16.10.6. Os documentos necessários, locais de cadastramento, procedimentos e instruções de preenchimento dos formulários para efetuar o registro no SICAF estão previstos no respectivo Manual, disponível na internet, no endereço www.comprasnet.gov.br.

16.10.7. É recomendável que o pedido de cadastramento seja realizado com antecedência superior ao prazo mencionado no subitem 16.10.4, de modo a permitir que sejam feitos, antes da data da respectiva sessão pública, os ajustes eventualmente necessários.

16.12. Para este certame, será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

16.13. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

16.14. O certificado de que tratam a alínea “b” do subitem 16.6.2 e a alínea “b” do subitem 16.10 deste Edital, se emitido para a matriz da agência, valerá para esta e para a filial. Se emitido para a filial, valerá apenas para esta.

16.14.1. Para fins da comprovação de que tratam esses subitens, a licitante apresentará, no Invólucro nº 1, alternativamente:

I – Cópia autenticada do certificado emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

II – Documento obtido no site do CENP ou de entidade equivalente na Internet, caso em que a Comissão Especial de Licitação verificará a validade do certificado no referido sítio.

17 – ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Declarado o encerramento do prazo para recebimento do Invólucro nº 5, nenhum documento será aceito, tampouco serão permitidos quaisquer adendos, substituições ou emendas quanto à documentação apresentada.

17.2. A abertura dos Invólucros nº 5 será iniciada no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim, em ato público.

17.3. Não será considerada documentação que contrarie os requisitos expressos neste Edital e em seus Anexos ou em desacordo com as formalidades prescritas, sendo vedada a inclusão de informações ou documentos que deveriam constar originariamente neles.

17.4. A Comissão Especial de Licitação analisará os documentos de habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos.

17.4.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Licitação reabrirá a fase de habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentar os respectivos documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade,



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.5. A situação das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.10 deste Edital será verificada por meio da análise dos documentos ali mencionados e de consulta on-line ao:

- I. – SICAF, que será impressa sob forma de declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010;
- II. – Site do Tribunal Superior do Trabalho, para verificação da regularidade trabalhista;
- III. – Site do CENP ou de entidade equivalente, na hipótese prevista no inciso II do subitem 16.13.1 deste Edital.

17.6. Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 17.4 ou 17.5, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis), no Portal da Transparência, mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário do Tribunal de Contas da União.

17.7 A Comissão Especial de Licitação, após a abertura dos envelopes relativos à documentação de habilitação, poderá, a seu critério exclusivo, suspender a reunião a fim de que tenha melhores condições de analisar os documentos apresentados, divulgando posteriormente, através de publicação no Diário Oficial do Distrito Federal, o resultado da habilitação.

18 – COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e do julgamento das propostas técnicas.

18.2. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

18.2.1. Um dos membros da Subcomissão não terá nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CFM ou CRMs.

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, pelo menos 3 (três) deles sem nenhum vínculo contratual, direto ou indireto, com o CFM ou CRMs, todos previamente cadastrados pela Comissão de Licitação.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Especial de Licitação no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o CFM ou CRMs, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3. A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CFM ou os CRMs.

18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

18.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.7. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

18.3.8. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19 – PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 À exceção do julgamento das Propostas Técnicas, compostas do Plano de Comunicação Publicitária, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, que será realizado por uma Subcomissão Técnica todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a esta concorrência serão de responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

19.2. A licitação será processada e julgada pela comissão permanente de licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

19.3. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas. Pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Conselho Federal de Medicina e Conselhos Regionais de Medicina.

19.4. A escolha dos membros da subcomissão técnica especialistas em comunicação, publicidade ou marketing se dará por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 3 (três) indivíduos que atendam as especificações acima, previamente cadastrados, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não deve manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Conselho Federal de Medicina e Conselhos Regionais de Medicina.

19.5. A relação dos nomes referidos será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer proponente interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação mediante fundamentos jurídicos plausíveis.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

19.6. Admitida à impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

19.7. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

19.8. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19.9. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Conselho Federal de Medicina.

19.10. Serão realizadas quatro reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

19.11. Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Subcomissão Técnica ou Comissão Permanente de Licitação, e conforme o caso pelos representantes das licitantes presentes.

19.12. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item **3.2** do edital

19.13 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

19.14 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica poderão, em qualquer fase do processo, se julgarem necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

19.15 É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada à inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preços.

19.16. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderá no interesse do Conselho Federal de Medicina, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

19.17. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

19.18. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

19.19. A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

19.20. A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

- a. Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no item **3.2**;
- b. Receber os Invólucros **nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4**;
- c. Conferir se os Invólucros **nº 1** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d. Abrir os Invólucros **nº 3**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- e. Lançar a rubrica dos membros da Comissão Permanente de Licitação e dos representantes das licitantes, ou pela comissão por eles nomeada, nos fechos



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

dos Invólucros **nº 2 e nº 4**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão;

- f. Informar que será publicado no Diário Oficial da União aviso indicando data, hora e local da próxima reunião pública.

19.21. Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores do certame a licitante cujos documentos pertinentes ao Invólucro **nº 1** contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

19.22. Encerrada a reunião, os documentos dos Invólucros **nº 1 e nº 3** serão repassados à Subcomissão Técnica, a qual caberá:

- a. Julgar as Propostas Técnicas;
- b. Elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos de cada Proposta Técnica e planilhas totalizadoras das notas dos quesitos e subquesitos, separadamente para os do Invólucro **nº 1** e do Invólucro **nº 3**;
- c. Elaborar ata(s) de julgamento das Propostas;
- d. Manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

19.23. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do item 8.4 do edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada um dos quesitos ou subquesitos da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que sejam vencidos os prazos para recursos relativos a essa fase.

19.24. O disposto no item anterior não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros **nº 2**.

19.25. Caso se constate nos documentos dos Invólucros **nº 1 e nº 3**, em qualquer



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

momento anterior à abertura dos Invólucros **nº 2**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

19.26. Após receber a(s) ata(s) de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros **nº 1** e **nº 3**), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item **11**, para participar da segunda reunião pública, com a seguinte pauta básica:

- a. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b. Abrir os Invólucros **nº 2**;
- c. Cotejar as vias não identificadas (Invólucro **nº 1**) com as vias identificadas (Invólucro **nº 2**) do Plano de Comunicação Publicitária para a identificação de sua autoria;
- d. Elaborar planilha com as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica às Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação;
- e. Proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas.

19.27. Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos a decisões desta fase, caso contrário, o prazo para interposição de recursos contará a partir da divulgação do resultado no Diário Oficial da União.

19.28. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

19.29. A terceira reunião pública terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

na lista de presença;

- b) Abrir o Invólucro **nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las;
- d) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- e) Realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- f) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- g) Por último, a Comissão Permanente de Licitação convocará a licitante classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, os quais serão recebidos e abertos em sessão pública.
- h) Os documentos de habilitação estão relacionados no item 04 deste edital;
- i) Declarar vencedora desta concorrência a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- j) Publicar o resultado final na forma do item **11**.

19.30. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Conselho Federal de Medicina homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta concorrência à vencedora.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

19.31. Os invólucros das licitantes inabilitadas ou desclassificadas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o Conselho Federal de Medicina providenciará sua destruição.

20 – HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o CFM homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.9 deste Edital.

21 – DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) Nas sessões de abertura de invólucros;
- b) No Diário Oficial da União;
- c) Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22 – RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação do CFM.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s)



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

impugnação(ões) ao ordenador de despesas do CFM, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão Especial de Licitação.

22.6. Os recursos das decisões referentes a habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CFM, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23 – VALOR CONTRATUAL E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

23.1. A reserva orçamentária está estimada em **R\$ 5.509.000,00 (Cinco milhões e quinhentos e nove mil reais)** para a contratação.

23.2. As despesas serão executadas de acordo com o previsto no item 3 deste TR tendo como referência o Plano Anual de Comunicação do CFM, observado o valor global da contratação.

23.3. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta dos recursos – 6.2.2.1.1.33.90.39.042 – Serviço de Publicidade Legal; 6.2.2.1.1.3.3.90.39.043 – Serviços de Publicidade Institucional e 6.2.2.1.1.33.90.39.099 – Outros Serviços de Terceiros.

23.4. Se o CFM optar pela prorrogação dos contratos que forem assinados, nos próximos exercícios serão consignadas no seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.5. O CFM se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

24 – CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1. A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia.

24.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar os respectivos contratos e/ou apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, o CFM poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar os contratos em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar os contratos, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

24.2.1. Esse prazo poderá ser prorrogado, a juízo do CFM, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

24.3. O CFM poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que for assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/1993 e no contrato firmado entre as partes, com exceção do que estabelece o art. 79, § 2º, da referida Lei.

24.3.1. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do CFM, a retenção dos créditos decorrentes dos contratos, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

24.4. No interesse do CFM, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

24.5. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.6. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe sejam atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato assinado.

24.7. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao CFM sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que as envolvam.

24.8. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolva o nome do CFM, se houver expressa autorização desta.

24.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar os contratos resultantes desta concorrência para qualquer operação financeira sem prévia e expressa autorização do Conselho Federal de Medicina.

24.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução dos contratos, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.11. O CFM avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela contratada, nos termos do subitem 7.11 da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IX).

24.13. A contratada centralizará o comando da publicidade do CFM no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a contratada poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros estados para executar parte dos serviços objeto do contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

24.13.1. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura dos contratos, a contratada deverá comprovar que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CFM, representada, no mínimo, pelos seguintes quantitativos de profissionais e respectivas áreas de atividades:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

24.14. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos, os elementos apresentados pelas respectivas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

25 – GARANTIA

25.1. Para fiel garantia das obrigações estabelecidas neste instrumento, a licitante vencedora apresentará uma garantia correspondente a 5% do valor do total do valor mínimo de faturamento garantido, que deverá ser renovada anualmente, caso haja renovação contratual, escolhida a seu critério, entre as três modalidades a seguir:

- Na forma de fiança bancária, emitida por Instituição Bancária, válida durante a vigência contratual e com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato;
- Seguro garantia, com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato ou sua rescisão;
- Caução em dinheiro ou em 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;

25.2. Na ocorrência de rescisão unilateral do contrato por inexecução das cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos, a contratante poderá ressarcir-se dos prejuízos apurados, valendo-se do valor da garantia assinalada no item anterior pelo seu valor total; ou, se o prejuízo for maior, cobrar a diferença utilizando-se das medidas judiciais pertinentes.

25.3. A garantia contratual será apresentada pela Contratada à Contratante, em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do contrato, sob pena de sofrer as



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

sanções previstas na lei 8666/93 e no contrato.

25.4. A garantia deverá ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato e entregue à Contratante em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do Termo Aditivo de prorrogação do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

25.5. A garantia prestada na modalidade Caução em dinheiro será liberada ao fim do contrato, comprovado o adimplemento das obrigações contratuais.

26 – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração a contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preços.

26.2 O Conselho Federal de Medicina não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

26.3 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a contratada repassará ao Conselho Federal de Medicina, sob a forma de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que fazem jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

26.4 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx da minuta do contrato.

26.5 O fornecimento de bens ou serviços especializados deverá sempre ser precedido da apresentação pela empresa licitante vencedora ao CFM de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, e que sejam previamente cadastradas neste Conselho.

26.6 A CONTRATADA prestou garantia, em favor do CONTRATANTE, na modalidade, no valor de R\$ (.....), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor mínimo de faturamento garantido.

26.7 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação do CONTRATANTE.

26.8 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA.

26.9 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no IPCA/IBGE.

26.10 Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, o CONTRATANTE exigirá a complementação do valor da garantia, para que se mantenha o percentual estabelecido.

26.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

ATENÇÃO LICITANTES:

26.12 A CONTRATADA deverá apresentar obrigatoriamente ao CONTRATANTE um relatório dos pagamentos efetuados aos fornecedores e veículos, contendo data, valor e comprovante do pagamento realizado.

26.12.1. O relatório deverá ser enviado no máximo em até 15 (quinze) dias após o Contratante efetuar o repasse à Contratada do valor do serviço prestado.

27 – FISCALIZAÇÃO

27.1. A fiscalização e acompanhamento da execução do presente contrato estará a cargo dos funcionários, Gestor Titular **PAULO HENRIQUE** e **NATHÁLIA SIQUEIRA** Gestora Substituta, especialmente designados, que anotarão em registro próprio todas as ocorrências, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados na forma do Artigo 67, da Lei nº 8.666, de 21.06.93.

27.2 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada por meio de instrumentos de controle, que compreendam a mensuração dos seguintes aspectos:

- a. Os resultados alcançados em relação ao contratado, com a verificação dos prazos de execução e da qualidade demandada;
- b. Os recursos humanos empregados, em função da quantidade e da formação profissional exigidas;
- c. A adequação dos serviços prestados à rotina de execução estabelecida;
- d. O cumprimento das demais obrigações decorrentes do contrato; e



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

e. A satisfação do público usuário.

27.3 O gestor do contrato ao verificar que houve subdimensionamento da produtividade pactuada, sem perda da qualidade na execução do serviço, deverá comunicar à autoridade responsável para que esta promova a adequação contratual à produtividade efetivamente realizada, respeitando-se os limites de alteração dos valores contratuais previstos no § 1º do artigo 65 da Lei nº 8.666, de 1993.

27.4 A representante do CONTRATANTE deverá promover o registro das ocorrências verificadas, adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais, conforme o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 67 da Lei nº 8.666/93.

27.5 O descumprimento total ou parcial das responsabilidades assumidas pela CONTRATADA, sobretudo quanto às obrigações e encargos sociais e trabalhistas, ensejará a suspensão imediata do contrato; além de aplicação de sanções administrativas, previstas no instrumento convocatório e na legislação vigente, podendo culminar em rescisão contratual, conforme disposto nos artigos 77 e 87 da Lei nº 8.666, de 1993.

27.6 Quando da rescisão contratual o fiscal deve verificar o pagamento pela CONTRATADA das verbas rescisórias ou a comprovação de que os empregados serão realocados em outra atividade de prestação de serviços, sem que ocorra a interrupção do contrato de trabalho.

28 – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

28.2 A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

28.3 A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do respectivo contratado.

28.4 Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

28.5 Pela inexecução total ou parcial do contrato o contratante poderá, garantida a



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III- Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

28.6 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo contratante ou cobrada judicialmente.

28.7 - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

28.8 - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. (Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93).

28.9 - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

IV - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

V - Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

VI - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

28.10 - A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

29 – DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1. É facultada à Comissão Especial de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das propostas técnica e de preço ou dos documentos de habilitação.

29.1.1. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2. A Comissão Especial de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das propostas técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1. A Comissão Especial de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.3. Até a assinatura dos contratos, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o CFM tiver conhecimento de fato desabonador a suas classificações ou habilitações conhecidas após o julgamento de cada fase.

29.3.1. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem 29.3, o CFM poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

29.4. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (proposta técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CFM.

29.5. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

29.6. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CFM comunicará os fatos verificados à Procuradoria-Geral da União, para as providências devidas.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

29.7. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

29.8. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão Especial de Licitação no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

29.9. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

29.9.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

29.10. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as propostas técnica e de preço, a Comissão Especial de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

29.11. Correrão por conta do CFM as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro de Brasília/DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

29.13. Integram este TR os seguintes Anexos:

ANEXO II – BRIEFING;

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO;

ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO;

ANEXO V – PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO;

ANEXO VI – MODELO DE DECLARAÇÃO – ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666/1993;

ANEXO VII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA;

ANEXO VIII - FORMULÁRIO DE DADOS PARA ASSINATURA DO CONTRATO;

ANEXO IX – MINUTA DO CONTRATO.

30 GESTORES DO CONTRATO

GESTOR TITULAR

NOME: PAULO HENRIQUE DE SOUSA

FUNÇÃO:

MATRÍCULA:

ASSINATURA: _____

GESTORA SUBSTITUTA DO CONTRATO

NOME: NATHÁLIA SIQUEIRA

FUNÇÃO:

MATRÍCULA:

ASSINATURA: _____



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO II

BRIEFING PARA LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.

Este documento apresenta as informações básicas de insumo para a elaboração do plano de comunicação digital para a concorrência nº 001/2023 que tem como tema a valorização dos médicos brasileiros.

1. O CFM

O Conselho Federal de Medicina (CFM) foi fundado, em 1951, por uma necessidade perceptível: fiscalizar e normatizar a prática médica no Brasil. Com sede em Brasília, busca exercer o seu ofício de maneira transparente, ética e profissional.

Porém, com a constante transformação da categoria médica no país, novos desafios foram surgindo e, com isso, a necessidade de ir além. A autarquia desenvolveu novas competências e aprimorou sua gestão, impactando de forma positiva a qualidade do serviço médico prestado à população.

Em sua longa trajetória, o CFM sempre teve o compromisso de defender a boa prática médica e, ao mesmo tempo, garantir a defesa da saúde da sociedade, adotando uma política de saúde digna e competente.

Com isso, a comunicação entre o Conselho, os médicos e a sociedade se tornou imprescindível para criar uma relação saudável entre todos. O CFM disponibiliza suas informações, resoluções, documentos, publicações e plataformas de comunicação, que servem de apoio para que possam ser feitas sugestões, reclamações e até mesmo denúncias de situações que possam ir contra a postura ética profissional.

Visão

Ser reconhecido nacionalmente como uma instituição capaz de atuar com excelência pelo bom exercício ético e técnico no âmbito da prestação de serviços médicos, em atendimento às expectativas da sociedade, além de ser instrumento de valorização e defesa da dignidade profissional do médico, contribuindo para o debate em questões relacionadas à saúde e à medicina.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Missão

Promover o bem-estar da sociedade, disciplinando o exercício da medicina por meio de sua normatização, fiscalização, orientação, formação, valorização profissional e organização, diretamente ou por intermédio dos Conselhos Regionais de Medicina (CRMs), bem como assegurar, defender e promover o exercício legal da medicina, as boas práticas da profissão, o respeito e a dignidade da categoria, buscando proteger a sociedade de equívocos da assistência decorrentes da precarização do sistema de saúde.

Valores

Atuar com elevado padrão ético; ser leal aos objetivos institucionais; ter comprometimento com a justiça, a responsabilidade e a transparência; agir em obediência à legislação que disciplina a gestão pública; prestar serviços de excelência; e buscar aperfeiçoamento contínuo e com eficiência.

Diretrizes de comunicação

No CFM, a comunicação é entendida com ênfase nos conceitos de comunicação organizacional e pública, primeiramente, como o fenômeno de relacionamento que se estabelece na organização – entre grupos, pessoas e diferentes setores acadêmicos e técnicos – e entre a organização e a sociedade, considerando seus diversos públicos estratégicos (stakeholders) internos e externos. Trata-se, portanto, da interação dialógica, dinâmica e multidirecional envolvendo o Conselho Federal de Medicina, os Conselho Regionais de Medicina, médicos, governo e sociedade civil por diversos meios, veículos e canais.

Em segundo lugar, mas com igual importância, a comunicação é compreendida como um vetor estratégico que perpassa transversalmente todas as ações e atividades administrativas do CFM, abrangendo a Comunicação Institucional, Comunicação Interna (Endomarketing) e Mercadológica (Marketing).

Neste sentido, a comunicação para o CFM tem um propósito claro de fortalecer a identidade organizacional, agregar valor à imagem da organização e contribuir para o desenvolvimento organizacional, concretização da missão do Conselho, sempre visando ao interesse público.

Para o Conselho, a comunicação é entendida como um instrumento de gestão e um processo organizacional sistemático e coordenado que, apesar de inerente a todos os setores e a todas as pessoas da autarquia, nas suas mais diversas áreas de formação e atuação, exige atuação constante para que a visão do CFM seja ganhem publicidade.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A saúde é amplamente reconhecida como o maior e o melhor recurso para o desenvolvimento social, econômico e pessoal, assim como uma das mais importantes dimensões da qualidade de vida.

Os médicos são responsáveis por cuidar da saúde de todos nós. Eles atuam tanto de forma preventiva, antevendo as possíveis doenças e indicando caminhos para se preveni-las de forma ativa no diagnóstico, o que passa principalmente pelo cuidado das enfermidades encontradas.

O exercício de comunicação a ser aplicado para o edital nº 001/2023 é o desenvolvimento de uma campanha de comunicação que valorize os médicos e apresente eles como importante para a saúde da sociedade brasileira.

A partir da Constituição Brasileira de 1988, ficou estabelecido o direito à saúde para a população. O modelo assistencial do País, após a Constituição, fez com que alcançasse uma posição de referência internacional enquanto política pública social e o principal agente para a realização disso tudo são os médicos brasileiros.

Dentro desse cenário o CFM tem uma atuação fundamental: fiscalizar e normatizar a prática médica no Brasil. O Conselho Federal de Medicina sempre tem o compromisso de defender a boa prática médica e, ao mesmo tempo, garantir a defesa da saúde da sociedade, adotando uma política de saúde digna e competente.

Para o Conselho Federal de Medicina a valorização dos médicos é de suma importância, uma vez que a saúde é a grande preocupação e o foco dos médicos brasileiros. A Organização Mundial de Saúde (OMS) define saúde como “um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não somente ausência de afecções e enfermidades”.

O CFM executa uma série de ações e serviços que estão em linha com a valorização dos médicos brasileiros como: a Prescrição Médica Eletrônica, o Desenvolvimento da Biografia Médica Brasileira, a educação médica continuada, A biblioteca de conhecimento médico, as publicações como Jornal da Medicina e a Revista Bioética são alguns exemplos da atuação incansável do CFM na valorização dos médicos.

O desafio de comunicação é desenvolver uma campanha de comunicação que valorize os médicos e apresente-os como chave para a saúde da sociedade brasileira.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

a) GERAL

O objetivo de comunicação é desenvolver uma campanha que valorize o médico e demonstre a preocupação do Conselho Federal de Medicina e o apresente como um dos principais agentes de garantia do atendimento médico de qualidade para os brasileiros.

b) ESPECÍFICOS

Apresentar as ações e serviços do CFM que garantem o atendimento com qualidade dos médicos brasileiros e que demonstram como o Conselho valoriza o médico. A relação de ações e serviços que o CFM presta aos médicos estão disponíveis no site do Conselho <https://portal.cfm.org.br/> e devem ser relacionados no desdobramento da campanha.

4. PÚBLICOS-ALVO

a) PRIORITÁRIO

- Sociedade em geral
- Formadores de opinião

b) SECUNDÁRIO

- Médicos
- Estudantes de medicina

5. PRAÇAS

As ações do CFM possuem abrangência nacional, sem região prioritária para divulgação. Deve-se buscar representatividade de todas as regiões do Brasil.

6. PERÍODO

Faz parte do exercício a decisão do período da ação, a licitante deve propor plano de comunicação que contemple a data comemorativa.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

R\$ 2.000.000,00 (dois milhões) de reais para investimento durante todo o período da campanha.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Páginas e perfis

Site - <https://portal.cfm.org.br/>

Facebook - <https://www.facebook.com/conselhofederaldemedicina>

Instagram - https://www.instagram.com/medicina_cfm/

Linkedin - <https://www.linkedin.com/company/conselhofederaldemedicina/>

Twitter - https://twitter.com/Medicina_CFM

Youtube - <https://www.youtube.com/user/cfmedicina>

Flickr - <https://www.flickr.com/photos/cfmimprensa>

Spotify

<https://open.spotify.com/show/714Kd6PIfs35Lpf1ctHDnD?si=2b9d0d03096c4552>

WhatsApp (listas de transmissão) - [+55 61 98570-3057](https://wa.me/5561985703057)

Telegram (canal) - t.me/cfminforma

Materiais impressos

Revista Bioética

Jornal Medicina

Canais internos

Intranet

Sei!

9. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Os esforços anteriores de comunicação estão todos disponíveis nos canais digitais do CFM, principalmente no YouTube -

<https://www.youtube.com/user/cfmedicina>



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO III

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 001/2023.

Poderes

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

Brasília-DF, de de 2024

EMPRESA:

CARGO E NOME:

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO IV

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

1. PREÇOS DOS SERVIÇOS

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato decorrente desta concorrência, cobraremos do Conselho Federal de Medicina (CFM) em conformidade com o previsto neste edital, item 9.3 e item 14.3 do Termo de Referência:

- a) Ressarcimento dos custos internos dos serviços por nós executados;
- b) Honorários pela intermediação e supervisão dos serviços especializados prestados por fornecedores.

1.2. Declaramos, também, que:

a) Na elaboração desta proposta levamos em consideração todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada sendo lícito pleitear a esse título;

b) Não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta proposta de preço é de (...) dias corridos, contados de sua apresentação.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IX).

2.2. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos de comunicação e de divulgação, transferindo ao CFM as vantagens obtidas.

2.3. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de comunicação e de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CFM.

2.4. Estamos cientes de que o CFM procederá à retenção de tributos e contribuições nas



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

situações previstas em lei.

2.5. Esta proposta de preço está sendo apresentada em conformidade com o Edital desta concorrência.

2.6. Os pagamentos a cargo do CFM, relacionados à execução contratual, deverão ser creditados no XX.

Brasília-DF, de _____ de 2024.

(nome da licitante)

Representante legal



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO V

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) Desconto a ser concedido ao Conselho Federal de Medicina, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: % (_____por cento);

b) Honorários, a serem cobrados do Conselho Federal de Medicina, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por fornecedores: % (_____por cento);

c) Honorários, a serem cobrados do Conselho Federal de Medicina, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: % (por cento).

....., de.....de 2024

(nome da licitante)

Representante legal



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO VI MODELO DE DECLARAÇÃO – ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666/1993

Referência: **Concorrência CFM nº 001/2019**

....., inscrita no CNPJ sob o nº, por intermédio de seu representante legal, portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

[se for o caso acrescentar texto a seguir]

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data

Representante legal



ANEXO VII

Declaração de Elaboração Independente de Proposta.

(Identificação da Licitação)

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante) doravante denominado (Licitante), para fins do disposto no item (completar) do Edital (completar com identificação do edital), declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- (a) a proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) foi elaborada de maneira independente (pelo Licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da (identificação da licitação) não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação), por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- (c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) quanto a participar ou não da referida licitação;
- (d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da (identificação da licitação) antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- (e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da (identificação da licitação) não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante de (órgão licitante) antes da abertura oficial das propostas; e
- (f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

_____, em de _____ de _____

(representante legal do licitante/ consórcio, no âmbito da licitação, com identificação completa).



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO VIII

Formulário de Dados para Assinatura de Eventual de Contrato

Passamos a informar abaixo, os dados para elaboração de eventual contrato, com esta Empresa:

DA AGÊNCIA:

Nome Completo	
Endereço	
Filial em Brasília ou Representante	
CNPJ (Número)	
Inscrição Estadual (Número)	
Telefone (Número)	
E-Mail	

DO RESPONSÁVEL PELA ASSINATURA DO CONTRATO:

Nome	
Nacionalidade	
Naturalidade	
Estado Civil	
Profissão	
Residência e Domicílio	
Telefone(s) para Contato	
Carteira de Identidade (Nº, Órgão Expedidor, Data)	
CPF	



ANEXO IX

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO CFM Nº 001/2023 CONCORRÊNCIA

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA E AGÊNCIA XXXXXXXXXXXXXXXX, NA FORMA ABAIXO:

O **CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA**, Autarquia Federal de Fiscalização da Profissão Médica, instituída pela Lei nº 3.268 de 30 de setembro de 1957 e regulamentada pelo Decreto nº 44.045 de 19 de julho de 1958, com sede no SGAS 616 Sul, Conjunto D, Lote 115 - Brasília - DF, CNPJ nº 33.583.550/0001-30, CF/DF nº 33583550000130, por seu representante legal, consoante delegação de competência conferida pela Lei nº 3.268/57, neste ato representado pelo seu Presidente, **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, **XXXXXXXXXXXX**, **XXXXXXXXXX**, médico, portador da Carteira de Identidade nº **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, CPF nº **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, doravante denominado **CONTRATANTE** e do outro lado à empresa **XXXXXXXXXXXX**, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº **XXXXXXXXXXXX**, estabelecida à **XXXXXXXXXXXX**, representada neste ato pelo Sr. **XXXXXX**, **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, RG nº **XXXXXXXXXXXX**, residente e domiciliado à **XXXXXXXXXXXX**, doravante denominado **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente Contrato, com fulcro na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1 Contrato para a prestação de **PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, o posicionamento institucional, a concepção, a criação, a execução



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto ao público de interesse.

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

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;**
- b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;**
- c) À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.**

1.3 A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.4 O planejamento, previstos no subitem 1.1, objetiva 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.

1.5 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2. terão a finalidade de:

1.5.1 Gerar conhecimento sobre o mercado, os públicos-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

1.5.2 Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

1.5.3 Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

1.6 Para os fins desta concorrência, é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

1.7 Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.8 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada **AGÊNCIA, LICITANTE OU CONTRATADA**.

1.9 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no subitem 1.1, nos termos do art. 72 da Lei nº 8.666/93.

1.10 A agência atuará por ordem e conta do Conselho Federal de Medicina, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

- a) Fornecedores de serviços especializados para a produção e a execução técnica das peças, campanhas e materiais previstos, além de todos os serviços conexos e complementares previstos no subitem 1.1.1
- b) Veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários.

1.11 A licitante que vier a ser contratada atuará de acordo com solicitação do Conselho Federal de Medicina e terá exclusividade em relação aos serviços previstos no item 1.1.

1.12 A agência atuará de acordo com solicitação do ANUNCIANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame, e não terão, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 1.1.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

2 – CLÁUSULA SEGUNDA – DOS DOCUMENTOS INTEGRANTES DO CONTRATO

2.1 Constituem parte integrante do contrato os seguintes documentos, cujo teor as partes declaram ter pleno conhecimento:

- a) Edital de Concorrência – nº 001/2023;
- b) Propostas e documentos que integram o processo, firmados pela CONTRATADA;

2.2 – Em caso de divergência entre os documentos integrantes e o contrato, prevalecerá este último.

2.3 – Os documentos supracitados são considerados suficientes para, em complemento deste contrato, definir a sua intenção e reger a execução adequada do objeto contratado dentro dos mais altos padrões da técnica atual.

2.4 – Em caso de dúvidas da CONTRATADA na execução deste contrato, estas devem ser dirimidas pelo CONTRATANTE, de acordo com o que consta neste edital e anexos.

2.5 – O presente contrato poderá ser objeto de aditamento, mediante instrumento específico, que importe em alteração de qualquer condição contratual, desde que sejam assinados por representantes legais das partes, observando os limites e as formalidades legais.

3 – CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA

3.1 – O prazo de vigência do presente contrato será fixado a partir da data da sua assinatura e terá duração de 12 (doze) meses a partir da assinatura do contrato.

3.1.2 – O prazo previsto no *caput* desta cláusula poderá ser prorrogado na ocorrência de quaisquer das hipóteses descritas nos incisos I a IV do parágrafo primeiro do artigo 57 da Lei nº 8.666/93, desde que seja apresentada justificativa, por escrito, até o 10º (décimo) dia útil anterior ao termo final do prazo pactuado.

3.2 – Quando da prorrogação contratual, o contratante realizará negociação para redução/eliminação dos custos fixos ou variáveis não renováveis que já tenham sido amortizados ou pagos no primeiro ano da contratação, sob pena de não renovação do contrato.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

4 – CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 estão consignados no Orçamento do CFM, dentro do subitem ações de Comunicação.

4.2 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4.4 As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta dos recursos – 6.2.2.1.1.33.90.39.042 – Serviço de Publicidade Legal; 6.2.2.1.1.3.3.90.39.043 – Serviços de Publicidade Institucional e 6.2.2.1.1.33.90.39.099 – Outros Serviços de Terceiros.

5 – CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores e veículos todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE, observada à restrição prevista.

5.1.3 Centralizar o comando da publicidade do CONTRATANTE em Brasília - DF, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários desde que garantidos as condições previamente acordadas.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

5.1.3.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Brasília - DF, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais no quadro da agência:

- 01 (um) profissional na área de atendimento;
- 01 (um) profissional na área de planejamento;
- 02 (dois) profissionais na área de criação;
- 02 (dois) profissionais nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação;
- 01 (um) profissional na área de mídia.

5.1.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao CONTRATANTE as vantagens obtidas.

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

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos itens **8.2** e **8.3**, da Cláusula Oitava, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

5.1.7 Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por fornecedores, observadas as disposições a seguir.

5.1.7.1 Devem ser apresentadas, no mínimo, três propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

5.1.7.2 As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone,



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável.

5.1.7.3 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/10.

5.1.7.3.1 - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem anterior exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

5.1.7.3.2 - O contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

5.1.7.3.3 - O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea *a* do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/93, alterada pelo Decreto 9412/2018, está dispensado do procedimento previsto no subitem anterior.

5.1.7.4 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

5.1.7.5 O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de fornecedores em relação aos do mercado.

5.1.8 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

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

5.1.9.1 Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE.

5.1.9.2 A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

5.1.10 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo do CONTRATANTE, sem ônus para este:

- a) TV e Cinema: cópia em arquivo digital (MPEG ou MOV) em alta resolução e em baixa resolução;
- b) Internet: cópia em arquivo digital, com os arquivos que constituíram a campanha ou peça;
- c) Rádio: cópia em arquivo digital em mp3;
- d) Mídia impressa e material publicitário: uma cópia em formato digital em arquivo fechado (JPEG) e também em arquivo aberto (PSD) – com as fontes e imagens em alta resolução.

5.1.10.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas e entregues em um mesmo pacote de arquivos digitais.

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

5.1.11.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item 5.1.10.

5.1.12 Entregar ao CONTRATANTE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

5.1.13 Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.13.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato.

5.1.13.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.14 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratada.

5.1.15 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

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

5.1.17 Não manter, na vigência deste contrato, nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente do CONTRATANTE.

5.1.18 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.19 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

5.1.20 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

5.1.22 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.23 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.24 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.25 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e o próprio CONTRATANTE.

5.1.26 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

5.1.26.1 A infração a este dispositivo implicará rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei n. 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

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

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

5.1.29 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.29.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar a data do efetivo pagamento.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

5.1.30 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

6 – CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

6.1.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

6.1.2 Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis;

6.1.3 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

6.1.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

6.1.5 Notificar, normal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

6.1.6 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

7 – CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1 Serão gestores do contrato o servidor, **Sr. PAULO HENRIQUE DE SOUZA (gestor titular)** e a servidora **Sra. NATHÁLIA SIQUEIRA (gestora substituta)**, que terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução e entrega dos serviços



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

contratados.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá aos gestores verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

7.1.1.2 Constituirá responsabilidade exclusiva dos gestores, verificar e adotar as providências que se fizerem necessárias junto à Contratada, quanto à adequação dos preços das contratações aos praticados no mercado.

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

7.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

7.4 A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

7.5 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, nos prazos estipulados pela fiscalização e sem ônus para o CFM.

7.6 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.7 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

7.11 O CONTRATANTE realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.11.1 A avaliação semestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhorem a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.11.2 Os gestores do contrato ficarão incumbidos de proceder à Avaliação de Desempenho da Contratada, cujo relatório de avaliação deverá ser submetido à aprovação da diretoria do CFM, o qual, se aprovado, servirá de parâmetro para as prorrogações contratuais.

8 – CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

8.1.1 Honorários de % (..... por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o item 9.1, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

8.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.2 Honorários de % (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários.

8.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, ele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.3 Desconto de% (..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

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

8.1.3.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, conforme previsto no item 8.1.3, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, será de 50% (cinquenta por cento) o percentual máximo a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de que trata o item 10.2.1. Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

8.2.1 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 IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

8.3 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

8.3.1 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 IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

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

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

8.7 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9 – CLÁUSULA NONA – DO DESCONTO DA AGÊNCIA

9.1 A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1, a CONTRATADA repassará ao CONTRATANTE, sob a forma



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

de desconto, 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

10 – CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS

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

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3 A juízo do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou ao CONTRATANTE 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, realizar 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 para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pelo CONTRATANTE.

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/contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pelo CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos itens 10.2.1.1, 10.2.2 e 10.2.3.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

1022 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo% (.... por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

1023 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pelo CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

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

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

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

10.5.1 Que o CONTRATANTE poderá solicitar, a qualquer tempo, pelo prazo de 5 (cinco) anos, cópias das imagens contidas no material bruto produzido, as quais deverão ser entregues em conteúdo digital.

10.5.2 A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material ao CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

10.6 O CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, 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 ao CONTRATANTE.

11 – CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1 Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pelo CONTRATANTE, mediante crédito na conta corrente nº..... mantida pela CONTRATADA junto à agência, do Banco, da seguinte forma:

11.1.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, conforme item 11.2.2, em até trinta dias após o mês de veiculação;

11.1.2 Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

11.1.3 Outros serviços realizados por fornecedores: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com o CONTRATANTE por ocasião da solicitação de cada serviço.

11.2 Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao contrato nº 001/2023 e a manifestação de aceitação do Fiscal do CONTRATANTE.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

1122 No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

11.2.2.1 TV:

a) Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa terceirizada;

b) Nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b1) Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/01, ou

b2) Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b2.1) Como alternativa à declaração prevista na alínea b2, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração revista na alínea b2, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b2; b2.2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b2.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b2, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b2.

11.2.2.1.1 Será obrigatória a checagem no meio TV, a ser realizada por empresa independente, referente às inserções feitas nas praças e veículos cobertos pelo Monitor Ibope na data da publicação do edital que deu origem a este contrato.

11.2.2.1.2 A CONTRATADA poderá utilizar os serviços de outro fornecedor para realizar a checagem prevista no item 11.2.2.1.1.

11.2.2.2 Cinema e Rádio:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

a) Comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/01, ou

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

b.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b;

b2) como alternativa ao procedimento previsto na alínea b.1, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea b, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea b.

11.2.2.3 Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

11.2.2.4 Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

11.2.2.5 Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

11.3 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, através de consulta on-line. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

11.4 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

11.5 No caso de eventual falta de pagamento pelo CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA/IBGE.

11.5.1 O CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

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

11.7 Os pagamentos a fornecedores e veículos serão efetuados, pela CONTRATADA, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo CONTRATANTE.

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

11.8 A CONTRATADA deverá apresentar obrigatoriamente ao CONTRATANTE um relatório dos pagamentos efetuados aos fornecedores e veículos, contendo data, valor e comprovante do pagamento realizado.

11.8.1 O relatório deverá ser enviado no máximo em até 15 (quinze) dias após o Contratante efetuar o repasse à Contratada do valor do serviço prestado.

11.9 O CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme dispõe o art. 64 da Lei nº 9.430, de 27.12.96.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

12 – CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA GARANTIA

121 Para fiel garantia das obrigações estabelecidas neste instrumento, a licitante vencedora apresentará uma garantia correspondente a 5% do valor do total do valor mínimo de faturamento garantido, que deverá ser renovada anualmente, caso haja renovação contratual, escolhida a seu critério, entre as três modalidades a seguir:

- Na forma de fiança bancária, emitida por Instituição Bancária, válida durante a vigência contratual e com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato;
- Seguro garantia, com vencimento no prazo de 45 dias após a conclusão integral do contrato ou sua rescisão;
- Caução em dinheiro ou em 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;

122 A ocorrência de rescisão unilateral do contrato por inexecução das cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos, a contratante poderá ressarcir-se dos prejuízos apurados, valendo-se do valor da garantia assinalada no item anterior pelo seu valor total; ou, se o prejuízo for maior, cobrar a diferença utilizando-se das medidas Judiciais pertinentes.

123 A garantia contratual será apresentada pela Contratada à Contratante, em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do contrato, sob pena de sofrer as sanções previstas na lei 8666/93 e no contrato.

124 A garantia deverá ser renovada a cada prorrogação efetivada no contrato e entregue à Contratante em até 10 (dez) dias corridos após a data de assinatura do Termo Aditivo de prorrogação do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666/93.

125 A garantia prestada na modalidade Caução em dinheiro será liberada ao fim do contrato, comprovado o adimplemento das obrigações contratuais.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 - A multa, aplicada após regular processo administrativo, será descontada da garantia do respectivo contratado.

13.2 - Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

13.3 - Pela inexecução total ou parcial do contrato o contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

13.4 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, que será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pelo contratante ou cobrada judicialmente.

13.5 - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

13.6 - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. (Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93).



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

13.7 - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

- I - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II - Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- III - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

13.8 O atraso injustificado na execução do contrato sujeitará o contratado à multa de mora, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato.

13.9 A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

13.10 A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei.

14 - CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO

14.1 Constituem motivos incondicionais para a rescisão do contrato as situações previstas nos artigos 77 e 78, na forma do artigo 79, inclusive com as consequências do artigo 80 da Lei nº 8.666/93:

- a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- c) A lentidão no cumprimento do contrato, levando a CONTRATANTE a concluir pela impossibilidade da prestação do serviço no prazo estipulado;
- d) O atraso injustificado no início do fornecimento dos equipamentos;
- e) A paralisação do fornecimento sem justa causa ou prévia comunicação ao CONTRATANTE;
- f) A subcontratação total ou parcial do objeto, associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência total ou parcial das obrigações contraídas, bem como a fusão, cisão ou incorporação da CONTRATADA que afetem a boa



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

execução do contrato, sem prévio conhecimento e autorização da CONTRATANTE;

g) O desatendimento das determinações regulares da Fiscalização, assim como a de seus superiores;

h) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas em registro próprio, pelo representante do CONTRATANTE designado para acompanhamento e fiscalização do contrato;

i) A decretação da falência da CONTRATADA;

j) A dissolução da CONTRATADA;

k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa da CONTRATANTE, e exaradas no processo administrativo a que se refere este contrato;

l) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo no 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 indenizações 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;

m) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE decorrentes do fornecimento efetuado, salvo no caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurada à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

n) A ocorrência de caso fortuito ou força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução deste contrato.

142 A rescisão do contrato poderá ser precedida ou não de suspensão da execução do seu objeto, mediante decisão fundamentada que a justifique, poderá ser:

a) Determinado por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE, observado o



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

disposto no artigo 109, Inciso I, letra “e”, da Lei de Licitações. Amigável, por acordo entre as partes, formalizado a intenção com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE,

b) Judicial, nos termos da legislação vigente.

14.3 A rescisão do contrato obedecerá ao que preceituam os artigos 79 e 80 da Lei de Licitações.

15 - CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

15.3 O presente contrato poderá ser denunciado pelo CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

15.4 Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.5 São assegurados ao CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de defesa do Consumidor).

15.6 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 avançado.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

16 - CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA PUBLICAÇÃO

16.1 A eficácia do contrato fica condicionada à publicação resumida do instrumento pela Administração, na Imprensa Oficial, a ser providenciada pelo CONTRATANTE, nos termos do parágrafo único do artigo 61 da Lei nº 8.666/1993.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DO FORO E DOS CASOS OMISSOS

17.1 Fica eleito o Foro da Justiça Federal, em Brasília-DF, como competente para dirimir quaisquer dúvidas ou ações oriundas do presente contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

17.2 Os casos omissos serão analisados pelos representantes legais das partes, com o intuito de solucionar os impasses, sem que haja prejuízo para nenhuma delas, tendo por base o que dispõe a Lei nº 8.666/1993, o Decreto-Lei nº 3.555/2000, a Lei nº 10.520/2002 e demais legislações aplicáveis.

E, por estarem assim ajustados e de acordo, as partes assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo nomeadas.

Brasília-DF, de de 2024.

**CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA
CONTRATANTE**

**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA**

TESTEMUNHAS:

Nome (RG)

Nome (RG)