



ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

AGÊNCIA DIGITAL

1 – DISPOSIÇÕES INICIAIS E DO OBJETO

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**, para contratação de empresa prestadora de serviços de **COMUNICAÇÃO DIGITAL**.

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.

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.

1.9 DO OBJETO

1.9.1. O Objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à:

- a) Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;
- b) Criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;



- c) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do CFM, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas e/ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;
 - d) Moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais; e
 - e) Monitoramento e estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos.
- 1.9.2 A contratação dos serviços, elencados no Objeto, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
- 1.9.3 O planejamento previsto na alínea 'a' do Objeto tem como função subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.
- 1.9.4 Os serviços previstos no Objeto não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do CFM, na disseminação de informações junto à sociedade.
- 1.9.5 Não faz parte desse Objeto qualquer serviços de compra de mídia, ou gestão de recursos de mídia, ou impulsionamento, ou alavancagem, ou propagação com investimento publicitário, entre outros termos que caracterize o emprego de investimento para amplificação do alcance, nas peças e ações do CFM.
- 1.10 Será contratada 1 (uma) empresa de comunicação digital, doravante denominada LICITANTE ou CONTRATADA.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

2 – REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

- 2.1 Os produtos e serviços constantes deste TERMO DE REFERÊNCIA serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário. Na composição de duas relações:
 - 2.1.1 Relação de Produtos e Serviços Essenciais, ANEXO II do Edital; e
 - 2.1.2 Produtos e Serviços Complementares que estão relacionados no Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>
- 2.2 A empresa será contratada por meio de concorrência, do tipo Técnica e Preço, sob a égide da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017.
- 2.3 Subsidiariamente devem ser observadas as regras estabelecidas pela Portaria MCOM nº 5.218, de 7 de abril de 2022, e nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.

3 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

- 3.1 A legislação aplicável à contratação pretendida encontra amparo na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993; no Art. 20-A. da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010; na Instrução Normativa MP N° 05, de 26 de maio de 2017; na Instrução Normativa ME nº 40 de 22 de maio de 2020; na Instrução Normativa nº 73, de 5 de agosto de 2020; no Acórdão nº 6227/2016 – TCU – 2ª Câmara; Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021; Portaria MCOM N° 5.218, de 7 de abril de 2022, e Portaria MCOM N° 5.239, de 8 de abril de 2022.
- 3.2 Poderão participar da concorrência empresas especializadas na prestação de serviços de comunicação digital que, cumulativamente:
 - 3.2.1 Sejam estabelecidas no País, que satisfaçam as condições e disposições contidas no Edital da contratação; e



- 3.2.2 Estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF) ou que apresentem a documentação relacionada no Edital.
- 3.3 Será admitida a participação de cooperativas, desde que atendam às disposições da Lei nº 12.690, de 19 de julho de 2012, e cujo objeto social contemple as operações, atividades e serviços da presente licitação.
- 3.4 Será permitida a participação de licitantes em consórcio, desde que observadas as seguintes condições:
- 3.4.1 Comprovação de compromisso público ou particular de constituição de consórcio, subscrito pelos consorciados.
- 3.4.2 Indicação da licitante responsável pelo consórcio que deverá atender às condições de licitante líder.
- 3.4.3 Apresentação dos documentos exigidos nos arts. 28 a 31 da Lei nº 8.666, de 1993, por parte de cada consorciado, admitindo-se, para efeito de qualificação técnica, o somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de qualificação econômico-financeira, o somatório dos valores de cada consorciado, na proporção de sua respectiva participação.
- 3.4.4 Impedimento de participação de licitante consorciada, na mesma licitação, em mais de um consórcio ou isoladamente.
- 3.4.5 Responsabilidade solidária dos integrantes pelos atos praticados em consórcio, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato.
- 3.4.6 Em consórcio integrado por licitantes brasileiras e estrangeiras, a liderança caberá, obrigatoriamente, à licitante brasileira.
- 3.4.7 O consórcio vencedor fica obrigado a promover, antes da celebração do Contrato, sua constituição e registro, nos termos do compromisso subscrito pelos consorciados.
- 3.4.8 Não será permitida a subcontratação do serviço por parte do consórcio de licitante ou da licitante vencedora.



- 3.5 Não poderão participar da concorrência as empresas especializadas na prestação de serviços de comunicação digital:
- 3.5.1 Que estiverem cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiverem impedidas de contratar com o CFM;
 - 3.5.2 Cujas 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;
 - 3.5.3 Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
 - 3.5.4 Estrangeiras que não funcionem no País;
 - 3.5.5 Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a CONTRATANTE;
 - 3.5.6 Que atuem sem fins lucrativos.
- 3.6 Para a execução, a CONTRATADA deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, Objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos.
- 3.7 A CONTRATADA deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para a garantir a melhor intermediação com a CONTRATANTE. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente durante a execução do contrato, e poderão ser alocados nas dependências da CONTRATANTE.



3.7.1 Para execução dos serviços, a CONTRATADA deverá designar equipe mínima exclusiva para o atendimento ao CFM, sendo que esta deverá ter as seguintes qualificações:

a) Um Gerente de conta, exclusivo para o CFM, com experiência mínima de 10 (dez) anos na função; curso superior completo em Publicidade e Propaganda, Marketing, Relações Públicas ou Jornalismo;

b) Um Profissional de atendimento, exclusivo para o CFM, com experiência mínima de 5 (cinco) anos na função; curso superior completo em Publicidade e Propaganda, Marketing, Relações Públicas, ou Jornalismo;

c) Um Produtor de conteúdo, exclusivo para o CFM, com experiência mínima de 3 (três) anos na função; curso superior completo em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing, Artes Cênicas, Cinema ou Audiovisual;

d) Dois Diretores de Arte, exclusivos para o CFM, com experiência mínima de 5 (cinco) anos na função; curso superior completo em Publicidade e Propaganda, Cinema, Audiovisual, Arquitetura, Design de Interiores, Artes Plásticas, Artes Cênicas ou curso de especialização em Direção de Arte.

e) Um Videomaker, exclusivo para o CFM, com experiência mínima de 5 (cinco) anos na função; curso técnico compatível com a função de captura de imagens em vídeo e foto.

3.8 O preposto será responsável por identificar as necessidades do órgão e acompanhar a execução das soluções propostas, garantindo a manutenção da qualidade técnica e o cumprimento de prazos da entrega dos produtos e serviços executados no âmbito da contratação. A atuação abrange a compreensão das necessidades do CFM, a proposição de produtos e serviços adequados às necessidades identificadas, o gerenciamento das demandas em andamento e a documentação dos produtos e serviços realizados.

3.9 Será de responsabilidade da CONTRATADA prover aos profissionais necessários à execução do contrato a infraestrutura necessária de



equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, adequados e de última geração, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços contratados.

- 3.10 A CONTRATANTE não realizará nenhuma indicação de profissionais para atuação nos produtos e serviços elencados na contratação, sendo de inteira responsabilidade da CONTRATADA a alocação de profissionais que atendam ao padrão de qualidade necessário para atender as exigências do Edital.
- 3.11 A CONTRATANTE proverá a infraestrutura básica para a execução dos serviços, quando executados nas dependências do CFM, como por exemplo, o espaço físico e mobiliário, se necessário.
- 3.12 De acordo com o artigo 15 da Instrução Normativa MP N° 05, de 26 de maio de 2017, os serviços prestados de forma contínua são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.
- 3.13 A contratação da empresa será realizada por meio de concorrência, do tipo Técnica e Preço, de acordo com a Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017. Segundo o Acórdão nº 6227/2016 – TCU – 2ª Câmara:

(...) os serviços de comunicação digital englobam atividades predominantemente intelectuais, que abarcam o planejamento das ações de comunicação, a criação e a execução das peças a serem utilizadas, com variabilidade incalculável, além da escolha dos canais adequados para a veiculação da mensagem.

Tendo, portanto, como razoável a premissa de que os serviços de comunicação digital se assemelham aos serviços de publicidade e



propaganda, e a de que a predominância do caráter intelectual e criativo na execução dessas atividades afasta o seu enquadramento na definição de serviços comuns estabelecida pela lei, mostra-se razoável a conclusão de que a modalidade de licitação a ser utilizada na contratação dos aludidos serviços de comunicação digital deve guardar correspondência com a modalidade de licitação utilizada para as contratações dos serviços de publicidade e propaganda, de sorte que a adoção de concorrência, no tipo melhor técnica, pode ser vista como regular.

- 3.14 Ainda, o art. 5º da Portaria MCOM Nº 5.218, de 7 de abril de 2022, descreve a natureza dos serviços de comunicação digital:

Art. 5º O serviço de comunicação digital, devido às suas peculiaridades, detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadra no conceito de bens e serviços comuns.

- 3.15 Também, segundo recomendação do Acórdão nº 6227/2016 – TCU – 2ª Câmara, deverão ser adotadas neste processo de contratação boas práticas, a exemplo daquelas previstas na Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, como a não identificação das propostas técnicas e o emprego de subcomissão técnica composta por membros sorteados e instituída exclusivamente para avaliar as propostas técnicas.

- 3.16 Os requisitos solicitados para a qualificação técnica das concorrentes são:

- a) Declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o Objeto desta concorrência;
 - I. a(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) previstas na alínea 'a' deverão ser apresentadas assinadas, com telefone de identificação e/ou e-mail dos representantes dos respectivos declarantes.



- II. para cumprimento da presente exigência a licitante deverá comprovar experiência de no mínimo 1 (um) ano, na execução de pelo menos 5 (cinco) dos Produtos e Serviços previstos nos subitens 3.1, 4.1, 4.2, 6.1, 9.1, 10.1 do ANEXO I, TERMO DE REFERÊNCIA.
- b) Comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao Objeto da licitação;
- I. a aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao Objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação;
- II. o profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico-profissional deverá coordenar a execução dos serviços Objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo CONTRATANTE.
- c) As exigências relacionadas à qualificação técnica seguem o padrão do modelo proposto pela SECOM/MC para contratação de Objeto semelhante. No modelo da SECOM, as exigências do item a.II respondem aos questionamentos TCU relativos ao Edital MDS 1/2018 - contratação de serviços de comunicação corporativa -, os quais se basearam nos Acórdãos 361/2017, 970/2014 e 1.443/2014, todos do Plenário.

4 – JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

- 4.1 Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, que incluem atividades rotineiras de produção de conteúdo de divulgação das ações institucionais, nos canais digitais proprietários e nas redes sociais das quais o CFM atua, entregues de forma contínua, mediante



demanda, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

- 4.2 Entende-se comunicação digital, nos termos da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, “ação de comunicação que consiste na criação e na convergência de conteúdos e mídias, para a disseminação, interação, acesso e troca de informações na internet”. Oferece recursos e abordagens complementares às demais ferramentas, bem como potencial para expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação desenvolvidas pelos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.
- 4.3 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.
- 4.4 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.
- 4.5 Estar presente e acompanhar os assuntos das redes sociais é vital para perceber os interesses dos públicos-alvo, oferecendo um conjunto de serviços que os auxiliem em seu pleno exercício da cidadania, promovendo ainda a adoção de atividades benéficas a todos na sociedade. Assim, é preciso adotar iniciativas que levem as informações até eles, criando um mecanismo de entrega de conteúdo qualificado por meio de plataformas de comunicação digital como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Tiktok, Wikipedia, LinkedIn, E-mails marketing, WhatsApp, Telegram, entre outras.
- 4.6 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.*

- 4.7 A contratação de serviços de Comunicação Digital tem como condão a necessidade de atender ao mencionado princípio da publicidade e ao direito à informação, bem como a orientação e prestação de serviço. É fato que a ausência de serviços dessa natureza coloca em risco a imagem de importantes ações do Conselho Federal de Medicina, sendo que a inexistência de um contrato específico de Comunicação Digital pode fazer com que a divulgação seja executada de maneira incompleta e, por vezes, separada de uma estratégia global que garanta o máximo da sua eficácia.
- 4.8 Com a contratação, será possível que o Conselho Federal de Medicina acelere a construção de estratégias digitais perenes que aumentem a eficiência na divulgação da missão do CFM, a transparência das atividades do conselho e a otimização do relacionamento com os médicos, sociedade civil e os públicos específicos.
- 4.9 Junto à atuação em redes sociais se faz necessária a correta mensuração das atividades nesses ambientes. O esforço aplicado na definição de métricas de sucesso (indicadores de desempenho) atrelado aos objetivos estratégicos de cada negócio é o maior valor que as entidades públicas e privadas vêm buscando rumo a uma atuação mais estratégica, mensurável e que traduza melhor o retorno sobre o investimento e o engajamento nesse ambiente.
- 4.10 Dessa forma, justifica-se a contratação dos serviços de comunicação digital de forma continuada, para a construção de estratégias digitais perenes. Sendo assim, o contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666/93, mediante a celebração do competente Termo Aditivo, até um total de 60 (sessenta) meses.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

5 - CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

- 5.1 A contratação foca na prestação de serviços de comunicação digital, por uma única empresa, prestados sob regime de execução indireta e sob demanda, ficando o CFM reservado o direito de executar ou não a totalidade dos recursos do previstos no contrato.
- 5.2 Não está prevista a necessidade de manutenção ou assistência técnica, tendo em vista a natureza do Objeto.
- 5.3 Os serviços a serem contratados enquadram-se nos pressupostos do Decreto nº 9.507/2018, constituindo-se em atividades materiais acessórias e complementares à competência legal do órgão, não inerentes às categorias funcionais abrangidas por seu respectivo plano de cargos.
- 5.4 A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da CONTRATADA e do CFM, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize personalidade e subordinação direta.
- 5.5 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela CONTRATANTE, por meio de Ordem de Serviço (OS).
- 5.6 Não fazem parte do Objeto desta contratação serviços de infraestrutura e hospedagem (hosting) de portais, sítios e aplicativos.
- 5.7 Não faz parte desse Objeto qualquer serviços de compra de mídia, ou gestão de recursos de mídia, ou impulsionamento, ou alavancagem, ou propagação com investimento publicitário, entre outros termos que caracterize o emprego de investimento para amplificação do alcance, nas peças e ações do CFM.
- 5.8 A CONTRATADA deverá disponibilizar todos arquivos fonte e/ou abertos dos produtos e serviços entregues, para posterior edição pela CONTRATANTE, inclusive após a vigência do contrato.
- 5.9 A empresa CONTRATADA deverá ter capacidade de iniciar plenamente a execução dos serviços a partir da assinatura do contrato.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- 5.10 A empresa CONTRATADA deverá disponibilizar banco de imagens (Royalty Free) contendo fotos e vídeos para uso irrestrito nos materiais produzidos e também para uso nos materiais do CFM.
- 5.11 A fim de assegurar o hall de produtos e serviços que serão utilizados neste contrato, assume-se duas fontes:
- 5.11.1 Relação de Produtos e Serviços Essenciais, ANEXO II do Edital; e
- 5.11.2 Produtos e Serviços Complementares que estão relacionados no Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>

6 - DA CLASSIFICAÇÃO DO OBJETO E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

- 6.1 Trata-se de serviço não comum de comunicação digital, a ser contratado mediante licitação, na modalidade de concorrência, do tipo Técnica e Preço.
- 6.2 Os serviços a serem contratados enquadram-se nos pressupostos do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018, não se constituindo em quaisquer das atividades, previstas no art. 3º do aludido decreto, cuja execução indireta é vedada.
- 6.3 A execução do contrato não gerará vínculo empregatício entre os empregados da CONTRATADA e do CFM, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize personalidade e subordinação direta.

7 – EXECUÇÃO CONTRATUAL

- 7.1 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela CONTRATANTE, via Ordem de Serviço (OS). O detalhamento do processo de execução contratual e de demandas por meio de Ordem de Serviço será efetuado em Manual de Procedimentos editado pela CONTRATANTE.



- 7.2 Para a execução, a CONTRATADA deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, Objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes no Edital.
- 7.2.1 A execução pela CONTRATADA de produtos e serviços nas dependências da CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela CONTRATADA.
- 7.2.2 A CONTRATANTE proverá a infraestrutura básica para a execução dos serviços, quando executados nas dependências do CFM, como por exemplo, o espaço físico e mobiliário, se necessário.
- 7.3 Será de responsabilidade da CONTRATADA prover aos profissionais necessários à execução do contrato a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, adequados e de última geração, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços contratados.
- 7.4 A CONTRATADA deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para a garantir a melhor intermediação com a CONTRATANTE. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente durante a execução do contrato, e podem ficar alocados nas dependências da CONTRATANTE, quando necessário.
- 7.4.1 O preposto será responsável por identificar as necessidades do órgão e acompanhar a execução das soluções propostas, garantindo a manutenção da qualidade técnica e o cumprimento de prazos da entrega dos produtos e serviços executados no âmbito da contratação. A atuação abrange a compreensão das necessidades do CFM, a proposição de produtos e serviços adequados às necessidades identificadas, o gerenciamento das demandas em andamento e a documentação dos produtos e serviços realizados.



- 7.5 Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 7.6 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela CONTRATANTE.

8 - MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO E CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO

- 8.1 O modelo de gestão do contrato é o disposto, no que couber, no Capítulo V da Instrução Normativa SLTI/MP nº 5/2017, bem como no art. 58 da Lei nº 8.666/1993 e em normativos internos e manuais editados pela CONTRATANTE.
- 8.2 Os critérios de avaliação dos serviços prestados, bem como a mensuração dos aspectos relevantes, se darão da seguinte forma:
- 8.2.1 Resultados alcançados em relação ao demandado, com a verificação dos prazos de execução e qualidade das entregas;
- 8.2.2 A adequação dos serviços prestados à rotina de execução estabelecida;
- 8.2.3 O cumprimento das demais obrigações decorrentes do contrato.
- 8.3 O pagamento será efetuado seguindo as regras a seguir:
- 8.3.1 O pagamento do serviço executado pela CONTRATADA e aceito definitivamente pela CONTRATANTE será efetuado após a realização de todos os critérios e aspectos demandados por meio de Ordem de Serviço, não se admitindo pagamento antecipado sob qualquer pretexto;
- 8.3.2 Após o recebimento definitivo, prestação de contas e liquidação dos serviços, o gestor do contrato instruirá processo de pagamento com Nota Fiscal ou Fatura e os demais documentos comprobatórios da



prestação dos serviços, encaminhando para o setor competente para pagamento;

8.3.3 A cada pagamento será verificada a regularidade fiscal da CONTRATADA, por meio de consulta on-line ao SICAF.

8.3.4 Constatando-se a situação de irregularidade da CONTRATADA, deverão ser tomadas as providências previstas no art. 31 da Instrução Normativa SEGES-MP nº 3/2018.

8.3.5 A Nota Fiscal ou Fatura apresentada será aceita somente se contiver os elementos necessários e essenciais do documento tais como:

8.3.5.1 A data de emissão;

8.3.5.2 Os dados do contrato e da CONTRATANTE;

8.3.5.3 O período de prestação dos serviços;

8.3.5.4 O valor a pagar.

8.3.6 A liquidação e pagamento das despesas referentes à execução dos produtos e serviços serão expressamente autorizados pela CONTRATANTE.

8.4. A execução, prestação de contas, liquidação e pagamento dos serviços demandados será processada em sistemas próprios da CONTRATANTE, devendo a CONTRATADA adequar-se à rotina.

9 – DO RECEBIMENTO E ACEITAÇÃO DO OBJETO

9.1 A emissão da Nota Fiscal/Fatura deve ser precedida do recebimento definitivo dos serviços, nos termos do Manual de Procedimentos editado pelo CONTRATANTE.

9.2 Os procedimentos de recebimento provisório do Objeto devem seguir os termos estabelecidos no Manual de Procedimentos editado pelo CONTRATANTE.



- 9.3 O prazo de entrega dos serviços está detalhado nos descritivos dos itens.
- 9.4 O recebimento provisório ou definitivo do Objeto não exclui a responsabilidade da CONTRATADA pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato, das garantias concedidas e das responsabilidades assumidas em contrato e por força das disposições legais em vigor (Lei nº 10.406, de 2002).
- 9.5 Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes no ANEXO III e na solicitação da demanda, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato, às custas da CONTRATADA, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

10 - DA ALTERAÇÃO SUBJETIVA

- 10.1 É admissível a fusão, cisão ou incorporação da CONTRATADA com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do Objeto pactuado e haja a anuência expressa do CFM à continuidade do contrato.

11 – DA GARANTIA DA EXECUÇÃO

- 11.1 No prazo de até 10 (dez) dias, contado a partir da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá apresentar garantia no valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor total do contrato, a fim de assegurar a sua execução.
- 11.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.
- 11.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do contrato.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- 11.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 11.1 e 11.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666/1993, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.
- 11.2 Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:
- Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
 - Seguro-garantia;
 - Fiança bancária.
- 11.3 Em se tratando de garantia prestada mediante caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.
- 11.4 Se a opção for pelo seguro-garantia:
- A apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
 - Seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
 - A apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.
- 11.5 Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:



- a) Ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
 - b) Ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
 - c) Ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
 - d) Ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.
- 11.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:
- a) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
 - b) Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.
- 11.7 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:
- I. prejuízos advindos do não cumprimento do Objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
 - II. prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
 - III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e
 - IV. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.
- 11.7.1 A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 11.7.



- 11.8 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.
- 11.9 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 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE
- 11.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.
- 11.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.
- 11.12 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.
- 11.13 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.
- 11.13.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.
- 11.14 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 11.2
- 11.14.1 Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

12 - DA SUBCONTRATAÇÃO

12.1 Não é permitida a subcontratação para a execução dos produtos e serviços essenciais a serem prestados, ficando a cargo da CONTRATADA a decisão de utilizar fornecedores, os quais não integrarão de nenhuma forma a relação contratual decorrente deste certame.

13 – DAS SANÇÕES E DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

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

13.2 - 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).

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

13.4 - 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.

13.5 - 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 o CFM, 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

13.6 - 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.

13.7 - 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.

13.8 - 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).

13.9 - 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:

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.

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

13.11- Serão gestores do contrato o servidor, Sr. MATHEUS BRAGA (gestor titular) e o Sra. NATHÁLIA SIQUEIRA (gestora substituta).

13.12- O Conselho Federal de Medicina exercerá, através da fiscalização do contrato, o acompanhamento dos serviços objeto deste contrato, sendo que a ação ou omissão total ou parcial da fiscalização do contrato não exime a contratada de quaisquer de suas responsabilidades perante o Conselho Federal de Medicina ou terceiros.

13.13- A fiscalização do contrato estará à disposição da contratada para fornecer informações, necessárias ao desenvolvimento dos serviços contratados.

13.14- A fiscalização do contrato terá acesso a todos os locais onde os serviços se



realizarem em plenos poderes para praticar atos, nos limites do presente contrato, que se destinem a acautelar e preservar todo e qualquer direito do Conselho Federal de Medicina tais como:

- a. Recusar serviços que tenham sido executados em desacordo com as condições estabelecidas neste contrato;
- b. Solicitar a substituição de empregado cuja permanência na Subcomissão Técnica seja considerada inconveniente;
- c. Não atestar faturas da contratada, no caso de inobservância de exigências contratuais, até a regularização da situação. Tal procedimento será comunicado por escrito à contratada. As notas serão atestadas e o pagamento efetuado tão logo sejam sanadas as pendências detectadas.
- d. Instruir a contratada quanto à prioridade dos serviços a serem executados;

13.15O Conselho Federal de Medicina, através da fiscalização do contrato, reserva-se no direito de exercer durante todo o período contratual uma rígida e constante fiscalização do contrato sobre os serviços, inclusive quanto ao pessoal da contratada no que se refere ao seu comportamento, capacitação e apresentação.

13.16A contratada declara aceitar os métodos e processos de acompanhamento, verificação e controle adotados pela fiscalização do contrato.

14 – CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO

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

14.1.1 Será nomeado gestor e/ou fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato a ser firmado e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos produtos e serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.



- 14.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da CONTRATADA pela perfeita execução dos produtos e serviços.
- 14.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.
- 14.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que a execução de qualquer produto ou serviço considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.
- 14.5 A autorização, pela CONTRATANTE, dos serviços executados pela CONTRATADA ou por fornecedores especializados não a desobriga de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.
- 14.6 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato a ser firmado.
- 14.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato a ser firmado, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos produtos e serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.
- 14.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados à CONTRATANTE.
- 14.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços Objeto do contrato a ser firmado, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.



14.10A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da CONTRATADA quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços Objeto do contrato a ser firmado.

14.10.1 A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

14.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor do contrato a ser firmado e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

15. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

15.1. O valor da contratação decorrente do presente certame é de R\$ **3.000.000,00 (três milhões)**, pela contratação.

15.2. Os recursos a serem utilizados no pagamento dos produtos e serviços estarão consignados no orçamento do CFM, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

15.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

15.4 Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a CONTRATADA, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

15.5 A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

15.6 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

15.7 No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

16 – ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E ESTIMATIVA DE PREÇOS E PREÇOS REFERENCIAIS

16.1 A relação de Produtos e Serviços, descrita no ANEXO III do Edital, não apresenta quantitativo anual, e será executada à medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, respeitado o valor global estabelecido para a contratação e a dotação orçamentária.

16.2 Destaca-se que se trata de contrato por demanda, para o qual é realizado empenho de acordo com a necessidade do CFM, que não é obrigado a executar nenhum dos itens contratados.

17 – PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

17.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente à execução dos produtos e serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá emitir nota fiscal, em nome e CNPJ da CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da ordem de serviço e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta.

17.2 O(s) Gestor(es) do contrato só atestará(ão) a execução dos produtos e serviços e liberarão os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

17.3 O pagamento será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA.

17.4 O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 17.1.



17.5 Os pagamentos à CONTRATADA, pelos produtos e serviços prestados, serão feitos, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços, da seguinte forma:

a) Valor decorrente de:

- Prestação efetivamente realizada de produtos e serviços;
- Reembolso decorrente de hospedagem e deslocamentos autorizados.

17.6 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

17.7 Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária só serão efetivados se a CONTRATADA efetuar cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

17.8 Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

17.9 A nota fiscal correspondente deverá ser entregue pela CONTRATADA diretamente ao(s) Gestor(es) do contrato.

17.10 Havendo erro na nota fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os documentos de cobrança serão devolvidos à CONTRATADA e o pagamento ficará pendente até que ela providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando nenhum ônus para o CFM.

17.11 No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido da CONTRATADA, o valor devido será atualizado financeiramente desde que ela não tenha concorrido de alguma forma para esse atraso. Para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira será calculado mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

EM = Encargos Moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438,

assim apurado:

$$I = (TX) \quad I = \frac{(6/100)}{365} \quad I = \frac{0,00016438}{365}$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

17.12A compensação financeira será incluída na nota fiscal seguinte à da ocorrência.

17.13 Antes do pagamento, a CONTRATANTE fará consulta ao:

- a) Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, para verificação da Regularidade Fiscal Federal;
- b) Site do Tribunal Superior do Trabalho, para verificação de inexistência de Débitos Trabalhistas.

17.14 Se for constatada a irregularidade no tocante ao previsto nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.13, a CONTRATADA será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

17.15 O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da CONTRATANTE.

17.16 Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas à CONTRATANTE, por meio de carta, ficando sob responsabilidade da CONTRATADA os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

17.17 Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

18 – DO REAJUSTE

18.1 Os preços contratados poderão ser reajustados se solicitado pela CONTRATADA e desde que seja observada a periodicidade anual, contada da data de apresentação da proposta ou do último reajuste.

18.1.1 A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, na confirmação da intenção de prorrogação da vigência contratual, o pedido de reajuste do valor praticado, com a devida memória de cálculo, para os 12 (doze) meses subsequentes.

18.1.2 O reajuste dar-se-á de acordo com a legislação vigente, em especial o Decreto nº 1.054/1994, alterado pelo Decreto nº 1.110/1994, a Lei nº 9.069/1965, e a Lei nº 10.192/2001, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, como segue:

$$R = V \times \frac{I - I_0}{I_0}$$

Onde:

R = Valor do reajuste procurado;

V = Valor contratual do serviço a ser reajustado;

I = Índice relativo à data do reajuste;

I₀ = Índice inicial - refere-se ao índice de preços correspondente à data fixada para entrega da proposta na licitação.

19 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

19.1 Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato a ser firmado ou dele decorrentes:



- 19.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
 - 19.1.1.1 Garantir o atendimento ao CFM de segunda a sexta-feira, de 8h às 19h. Sendo que além desses horários, aos sábados, domingos e feriados deve haver uma estrutura capaz de atender demandas eventuais.
- 19.1.2 Fornecer os produtos e serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.
 - 19.1.2.1 Entregar todos os materiais, peças e conteúdos no prazo descrito no Edital;
 - 19.1.2.2 Entregar, de forma sistemática, relatório mensal em arquivo de apresentação (até o terceiro dia útil após encerramento do mês anterior) com o consolidado de todas as entregas ao CFM, bem como suas respectivas métricas;
 - 19.1.2.3 Entregar, de forma sistemática e mensal, hardware (pen drive, HD, repositório em nuvem, etc) com pastas organizadas por temas e datas contendo arquivo de imagem (JPG e PNG), digital aberto (arquivos PSD ou afins do pacote Adobe) e final (PDF).
- 19.1.3 Executar todos os serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda do CONTRATANTE.
- 19.1.4 Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pelo CONTRATANTE.
- 19.1.5 Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento.
- 19.1.6 Utilizar, na elaboração dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, os profissionais indicados na Proposta Técnica da



concorrência que deu origem ao referido instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

19.1.6.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, equipamentos fotográficos, equipamentos de áudio, equipamento de captação de imagens em vídeo, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

19.1.6.2 Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

19.1.7 Preservar as regras e condições do contrato com o CONTRATANTE na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.

19.1.8 Não manter, durante a vigência do contrato a ser firmado, nenhuma forma de prestação de serviços de comunicação digital, com empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação do CONTRATANTE, devendo, na assinatura do contrato, apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do CONTRATANTE.

19.1.9 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

19.1.9.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei



nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

- 19.1.10 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 19.1.11 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pelo CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.
- 19.1.12 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.
- 19.1.13 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.
- 19.1.14 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do Objeto do contrato a ser firmado, 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.
- 19.1.15 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.
- 19.1.16 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.



- 19.1.17 Responder perante ao CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado.
- 19.1.18 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para o CONTRATANTE.
- 19.1.19 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.
- 19.1.20 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 19.1.21 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços Objeto do contrato a ser firmado.
- 19.1.22 Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 19.1.23 Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.
- 19.1.24 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.



- 19.1.25 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços ao CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem ao contrato a ser firmado.
- 19.1.26 Fornecimento de fotos, imagens, vídeos e elementos gráficos de bancos especializados que contenham um acervo amplo com material atualizado e que contemple elementos que representem adequadamente a atividade médica no Brasil, bem como as características regionais e físicas de sua população;
- 19.2 São obrigações do CONTRATANTE, além de outras assumidas no contrato a ser firmado:
- 19.2.1 Cumprir os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- 19.2.2 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- 19.2.3 Proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- 19.2.4 Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores especializados, pela CONTRATADA;
- 19.2.5 Notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato a ser firmado;
- 19.2.6 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, garantida a defesa, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- 19.2.7 Efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.



19.3 O CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

Integram este TERMO DE REFERÊNCIA, para todos os fins e efeitos, os seguintes ANEXOS:

ANEXO I	TERMO DE REFERÊNCIA
ANEXO II	Relação de Produtos e Serviços Essenciais
ANEXO III	Planilha de Produtos e Serviços Essenciais e Preços Unitários dos Produtos e Serviços
ANEXO IV	Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas
ANEXO V	Briefing
ANEXO VI	Apresentação e Julgamento das Propostas de Preços
ANEXO VII	Modelo de Proposta de Preços
ANEXO VIII	Termo de Responsabilidade – Comissão Especial de Licitação
ANEXO IX	Termo de Responsabilidade – Subcomissão Técnica
ANEXO X	Modelo de declaração de elaboração independente de proposta
ANEXO XI	Modelo de declaração de inexistência de fato impeditivo
ANEXO XII	Modelo de declaração de cumprimento do disposto no art. 27, V, da lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993
ANEXO XIII	Modelo do termo de opção/declaração para microempresa e empresa de pequeno porte
ANEXO XIV	Modelo de declaração de concordância com os Termos do Edital
ANEXO XV	Modelo de declaração de não utilização de trabalho degradante ou forçado
ANEXO XVI	Modelo de declaração de cumprimento da legislação ambiental
ANEXO XVII	Minuta de Termo de Contrato



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

20 – DO CUSTO ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

20.1. O custo estimado da contratação, o valor máximo global estabelecido em decorrência da identificação dos elementos que compõem o preço, pode ser definido da seguinte forma:

- a. Por meio de fundamentada pesquisa dos preços praticados no mercado em contratações similares;
- b. Por meio da adoção de valores constantes de indicadores setoriais, tabelas de fabricantes, valores oficiais de referência, tarifas públicas ou outros equivalentes, se for o caso.

20.2. Neste caso os custos foram levantados em pesquisa média de preço, conforme tabela abaixo, que será considerada como referencial de valor máximo a ser pago na contratação.

EMPRESAS	VALOR
EMPRESA A	R\$ 4.470.492,75
EMPRESA B	R\$ 4.334.051,19
EMPRESA C	R\$ 9.000.434,25
EMPRESA D	R\$ 12.298.867,83
EMPRESA E	R\$ 13.679.554,31
VALOR MÉDIO	R\$ 9.011.239,11

Valor de Referência: R\$ 9.011.239,11



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

21 GESTORES DO CONTRATO

GESTOR TITULAR

NOME: MATHEUS BRAGA

FUNÇÃO:

MATRÍCULA:

ASSINATURA: _____

GESTORA SUBSTITUTA DO CONTRATO

NOME: NATHÁLIA SIQUEIRA

FUNÇÃO:

MATRÍCULA:

ASSINATURA: _____



ANEXO II

RELAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

Os Produtos e Serviços Essenciais estão descritos neste ANEXO e devem ser considerados conforme os descritivos de cada item para a execução contratual.

Outros produtos e serviços, não descritos neste ANEXO, podem ser contratados como Produtos e Serviços Complementares, desde que estejam em conformidade com TERMO DE REFERÊNCIA. Para esse tipo de demanda será considerada a descrição do Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>.

1. DESIGN

1.1 Criação/Adequação de Layout de Propriedade Digital

Descritivo:

Criação ou adequação de layout de propriedade digital, compreendendo as seguintes atividades:

- Estudo de adequação de cores dos módulos.
- Estudo de adequação do estilo de fontes, seus tamanhos e cores, se necessário.
- Desenvolvimento de layouts com as devidas adaptações (as telas a serem trabalhadas são: página inicial e internas, até terceiro nível, em consonância com o direcionamento estratégico aprovado).
- Análise da aplicabilidade de módulos existentes às necessidades de comunicação e usabilidade e, se for o caso, recomendação para a criação de novos módulos.

Entregas:

Arquivos de imagem digital abertos, contemplando a página inicial e telas internas até terceiro nível.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade e consistência dos estudos e análises.
- Aplicabilidade dos leiautes propostos.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.



- Utilizar imagens de bancos especializados (ou outras fornecidas pela CONTRATANTE), assegurando o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.
- Homologação pela Coordenação de Informática do CFM (COINF).

Complexidade:

Baixa	Propriedade digital simples com até 3 seções. <u>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.</u>
Média	Propriedade digital intermediária com 4 a 8 seções. <u>Prazo de entrega: Até 8 dias úteis.</u>
Alta	Propriedade digital complexa com mais de 8 seções. <u>Prazo de entrega: Até 13 dias úteis.</u>

1.2 Branding Digital

Descritivo:

Criação de nome, conceito, marca e layout para construção de identidade visual de ação, evento, plano ou programa elaborado a partir de briefing previamente aprovado.

Entregas:

- Apresentação dos produtos em pdf.
- Apresentação contendo propostas de nome, conceito, marca e layout de identidade visual, bem como a aplicação da marca em peças.
- Arquivos digitais abertos (arquivos fonte) da marca.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica das atividades realizadas.
- Seguir o guia de estilo do CFM ou outras orientações.
- Contemplar informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM.
- Utilizar imagens de bancos especializados (ou outras fornecidas pela CONTRATANTE), assegurando o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Detalhamento dos entregáveis.

Complexidade:



Baixa	Logomarca, layout, manual reduzido de aplicação com 2 exemplos e 3 peças digitais <u>Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</u>
Média	Logomarca, layout, nome, manual de aplicação com 5 exemplos e 5 peças digitais <u>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</u>
Alta	Logomarca, layout, nome, manual completo de aplicação com detalhamento de cor, grafismo, padrões de tipografia e 8 peças digitais <u>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.</u>

1.3 Manual de identidade visual/Guia de estilo

Descritivo:

Desenvolvimento de manual de identidade visual que inclua a análise de execução e produção de materiais pré-existentes (analisar elementos gráficos, linguagens, esquema de cores e outros fatores afins), proposta de atualização de editoriais, desenvolvimento de novas linhas de criação adequadas à linguagem e ao contexto do CFM. Criação de template de apresentação de manual com sugestões de paletas de cores e fontes, uso de elementos gráficos e aplicação em diferentes formatos.

Entregas:

- Manual em pdf.
- Arquivos digitais abertos da marca e manual.
- Arquivos das tipografias utilizadas no manual e na marca.
- 10 peças modelos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Proposta adequada ao briefing, criatividade e atratividade, correta aplicação da logomarca, além da adequação às normas gramaticais.
- O guia de estilo deve ter todas as especificações técnicas e normas a serem seguidas para manter o padrão de aplicação nas peças gráficas e de divulgação da marca.
- Contemplar informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM.
- Utilizar imagens de bancos especializados (ou outras fornecidas pela CONTRATANTE), assegurando o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.

Complexidade:



não se aplica.

Prazo de entrega:

Até 10 (dez) dias úteis.

1.4 Key Visual

Descritivo:

Criação de conceito do visual de uma campanha ou ação para posterior aplicação em redes sociais e/ou outros ativos digitais e seus respectivos desdobramentos. Por muitas vezes, acompanha o planejamento de uma campanha ou ação.

Entregas:

- Arquivo em PDF da apresentação gráfica com a identidade visual das campanhas.
- Arquivo de imagem digital aberto.
- Adequação da campanha aos formatos das diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Seguir o guia de estilo do CFM ou outras orientações.
- Contemplar informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM.
- Utilizar imagens de bancos especializados (ou outras fornecidas pela CONTRATANTE), assegurando o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.

Complexidade:

não se aplica.

Prazo de entrega:

Até 5 (cinco) dias úteis.

2. APRESENTAÇÃO

2.1 Apresentação

Descritivo:

Conjunto de conteúdo multimídia como imagens, textos, áudios e vídeos projetados em uma sequência com uma lógica narrativa. A apresentação deve considerar: planejamento, execução, diagramação e animação visual, conforme roteiro e conteúdo previamente estabelecidos.



Entregas:

Arquivo de texto com roteiro da apresentação e arquivo digital (PPT) com a apresentação gráfica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Conformidade técnica em relação ao briefing.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Dinâmica da apresentação.

Complexidade:

Baixa	Com animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 4 dias úteis. Sem animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Com animação. De 11 a 20 slides. Prazo de entrega: Até 8 dias úteis. Sem animação. De 11 a 20 slides. Prazo de entrega: Até 4 dias úteis.
Alta	Com animação. Acima de 21 slides. Prazo de entrega: Até 12 dias úteis. Sem animação. Acima de 21 slides. Prazo de entrega: Até 8 dias úteis.

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo:

Planejamento estratégico da presença digital do CFM com a realização das seguintes atividades:

- Identificação do objetivo estratégico da ação.
- Reunião com a equipe do CFM para discussão do briefing, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos.
- Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto ao CFM.



- Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Análise do público interno e externo.
- Estudos e entrevistas exploratória sobre as necessidades e expectativas de cada público em relação ao projeto.
- Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking).
- Levantamento da Matriz Swot (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes).
- Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdo a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos.
- Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas.
- Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal.
- Proposição de indicadores de avaliação de performance (KPI's).

Entregas:

Arquivo texto (DOC) e/ou de apresentação (PPT e PDF), contendo a proposta de Planejamento Estratégico de Comunicação Digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto.
- Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação do CFM.

Prazo de entrega:

Até 20 dias úteis.

3.2 Mapeamento da Presença Digital

Descritivo:

Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pelo CFM, para expor sua marca na internet. O mapeamento compreende as seguintes atividades:

- Identificação, junto com a equipe do CFM, dos principais assuntos, seus públicos e necessidades de comunicação.
- Análise editorial das propriedades digitais.
- Análise da arquitetura de informação.
- Análise da presença digital em ferramentas de busca.
- Análise da atuação da ativação nas redes sociais.



- Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais do CFM.
- Produção de relatório com recomendações de boas práticas para as propriedades digitais.

Entregas:

- Arquivo de apresentação gráfica (PPT e PDF) contendo a síntese das análises realizadas e recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do CFM.
- Arquivo texto com detalhamento do mapeamento e diagnósticos realizados, com recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do CFM.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do mapeamento.
- Consistência no diagnóstico.
- Adequação e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do CFM.

Complexidade:

Baixa	Até 3 canais
Média	De 4 a 6 canais
Alta	Acima de 6 canais

Prazo de entrega:

Até 20 dias úteis.

3.3 Planejamento de conteúdo

Descritivo:

Elaboração de planejamento com o objetivo de orientar a produção de conteúdo em ambientes digitais. O planejamento orientará os projetos editoriais e a produção de conteúdo do CFM. O serviço compreende os seguintes itens:

- Definição de temas a serem abordados.
- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento dos temas.



- Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico.
- Definição de hierarquia dos conteúdos.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de material gráfico.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo a ser estabelecido.
- Definição de macrotemas e construção de mapas de conteúdo.

Entregas:

- Arquivo de apresentação (PPT e PDF) contendo o Planejamento de Conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do CFM.
- Arquivo de apresentação gráfica (PPT E PDF) com o resumo das diretrizes e orientações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.

Prazo de entrega:

Até 10 (dez) dias úteis.

4. PLANEJAMENTO TÁTICO

4.1 Planejamento tático de conteúdo para projeto

Descritivo:

Elaboração de planejamento de conteúdo para projetos específicos com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento tático de conteúdo orientará um projeto e a produção de conteúdo do projeto. O serviço compreende os seguintes itens:

- Definição de temas e abordagem para projetos específicos do CFM.



- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do projeto.
- Definição de linguagem para públicos indicados.
- Definição de hierarquia dos conteúdos.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao projeto (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagging).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de material gráfico.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagging, seguindo os padrões de indexação de conteúdo a ser estabelecido.

Entregas:

- Arquivo de apresentação (PPT e PDF) contendo o Planejamento tático de conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do CFM.
- Arquivo de apresentação gráfica (PPT E PDF) com o resumo das diretrizes e orientações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.

Prazo de entrega:

Até 6 (seis) dias úteis.

4.2 Arquitetura de Propriedade Digital

Descritivo:

Elaboração da estrutura de navegação de propriedade digital responsiva, contemplando seus diversos níveis e compreendendo das seguintes atividades:

- Elaboração e adequação de propriedade digital do CFM, que deverá ser responsiva a diferentes plataformas e dispositivos e prever recursos de acessibilidade.
- Proposição de arquitetura da informação de propriedade digital do CFM.
- Elaboração e adaptação de elementos gráficos e estilos definidos.
- Proposição de novos módulos, se for o caso.



- Proposição de novas funcionalidades, se for o caso.
- Proposição de novos elementos gráficos e estilos, se for o caso.
- Definição de fluxos, análise de dados e atividades de concepção e construção.
- Produção de protótipos navegáveis em wireframe.

Entregas:

- Solução de navegação ou organização de informações, contemplando hierarquicamente as seções do ambiente, bem como os relacionamentos conceituais de similaridade, subordinação e cruzamento das informações.
- Mapa de elementos.
- Listagem das telas.
- Wireframe (protótipo) em arquivo eletrônico navegável, com orientação dos elementos contemplados nas telas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade da solução proposta.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.
- Homologação pela Coordenação de Informática do CFM (COINF).

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de níveis da arquitetura da informação.

Complexidade:

Baixa	Arquitetura da informação até o primeiro nível. <u>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</u>
Média	Arquitetura da informação até o terceiro nível. <u>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.</u>

5. MÉTRICAS E AVALIAÇÕES

5.1 Desempenho de Redes Sociais

Descritivo:

Elaboração de análise do desempenho de perfis de redes sociais internas e externas para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:



- Análise do desempenho de comunicação digital nas redes sociais dos perfis do CFM.
- Identificação do grau de sentimentalização, classificação (tagueamento) e análise das interações de internautas com as redes sociais em questão.
- Indicação da performance do perfil do CFM nas redes sociais, incluindo número de seguidores, análise da frequência de postagem, engajamento e interações, impressões, alcance, compartilhamentos, comentários, acessos, tipos de conexões e origem de tráfego.
- Cruzamento entre postagens, interações e resultados.
- Análise do impacto de postagens.
- Análise dos picos.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Visão comparativa com outros perfis de redes sociais.
- Recomendações de melhorias.

Entregas:

Relatório consolidado, em arquivo de apresentação (PPT e PDF), contendo informações coletadas, análises realizadas e recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na descrição da complexidade:

- Período da análise.

Complexidade:

Baixa	Relatório analítico de até 31 dias. <u>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</u>
Média	Relatório analítico de até 180 dias. <u>Prazo de entrega: Até 4 dias úteis.</u>
Alta	Relatório analítico acima de 181 dias. <u>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.</u>

5.2 Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes

Descritivo:



Elaboração de análise do desempenho de ação de comunicação digital interna e/ou externa no ambiente receptivo e nos perfis proprietários de redes sociais, para subsidiar ações nas mídias sociais, mídia on-line, mobile, mecanismos de busca na internet e demais ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Análise do desempenho de comunicação digital nos ambientes receptivos e perfis proprietários de redes sociais.
- Indicação dos dados de performance de sítio/portal/aplicativo do CFM: acessos, visitas, localidades, tipos de conexões.
- Indicação dos dados de performance dos perfis de redes sociais do CFM: seguidores, localidades, tipos de conexões.
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências e os resultados.
- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas no sítio/portal/aplicativo durante o período a ser estabelecido.
- Análise dos picos e vales.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Identificação do grau de sentimentalização das publicações em redes sociais.
- Elaboração de recomendações.

Entregas:

- Sítio/Portal/Aplicativo: Relatório com as ocorrências, análises e recomendações, durante o período da ação.
- Redes: Relatório com as ocorrências, análises e recomendações, durante o período da ação.
- Consolidado de Sítio/Portal/Aplicativo + Redes: Relatório consolidado contendo as ocorrências, análises, recomendações e avaliação do desempenho da ação de comunicação, em arquivo de apresentação, ao final da ação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.



Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Período da análise da ação.

Complexidade:

Baixa	Relatório analítico de até 31 dias de ação. <u>Prazo de entrega: Até 4 dias úteis.</u>
Média	Relatório analítico de até 90 dias de ação. <u>Prazo de entrega: Até 8 dias úteis.</u>
Alta	Relatório analítico acima de 91 dias de ação. <u>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</u>

6. CONTEÚDO

6.1 Produção de conteúdo para propriedades digitais

Descritivo:

Produção e publicação de conteúdo para sites, portais, aplicativos móveis, perfis nas redes sociais e qualquer outra propriedade digital do CFM interna e/ou externa, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação de textos, cards, legendas, posts, infográficos, banners, capas de redes sociais, imagem para e-mail marketing, gifs animados, ilustrações, entre outros, além de tagueamento (inserção de palavras chaves que identifiquem o conteúdo). Os perfis de redes sociais e demais propriedades serão indicados pela CONTRATANTE.

Entregas:

- Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas e visão consolidada.
- Arquivos finais e arquivos digitais abertos (arquivos fonte) de todos os conteúdos produzidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Contemplar as fontes e insumos fornecidos pelo CFM.
- Entregar dentro do prazo estipulado;
- Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo CFM.
- Não conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação pública, aplicação equivocada de marcas e deixar de contemplar as orientações do CFM, tais como acessibilidade.



- Utilizar fontes confiáveis.

Cotejamento

A fim da contabilização, uma unidade será compreendida da seguinte forma:

- Card/post estáticos ou animado + texto de apoio = uma unidade.
- Gif/post + texto de apoio = uma unidade.
- Infográfico + texto de apoio = uma unidade.
- Carrossel até 10 steps + texto de apoio = uma unidade.
- Email Marketing (imagens + texto do corpo do email mkt) = uma unidade.
- Banner estático ou dinâmico (imagem) = uma unidade.
- Capa de Redes Sociais (imagem) = uma unidade.
- Avatar (imagem) = uma unidade.

Uma unidade de medida de aferição também deve ser constituída das suas respectivas adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros), não gerando um custo adicional ou o cotejamento de outro item.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 (um) a 70 (setenta) conteúdos.
Média	Produção de 71 (setenta e um) a 150 (cento e cinquenta) conteúdos.
Alta	Produção de 151 (cento e cinquenta e um) a 300 (trezentos) conteúdos.

Prazo de entrega de cada um dos itens:

- Card/post estático: até 8 horas
- Card/post animado: até 12 horas
- Gif/post: até 12 horas
- Infográfico: até 16 horas
- Carrossel até 5 steps: até 12 horas
- Carrossel até 10 steps: até 16 horas
- Email Marketing: até 8 horas
- Banner estático: até 8 horas
- Banner animado: até 16 horas



- Capa de Redes Sociais: até 8 horas
- Avatar: até 8 horas

Ajustes e Refações:

Os ajustes e refações de peças terão como limite 1/4 do prazo máximo para serem executados.

Urgências:

Em casos específicos, será tratado como exceção as entregas que sejam obrigadas a ter a sua publicação/postagem em tempo menor do que os prazos estipulados para a entrega. Caso as exceções comecem a se estabelecer com frequência, pode-se pactuar prazos específicos para cada uma delas.

7. MATERIAL GRÁFICO DIGITAL

7.1 Projeto gráfico para publicação digital

Descritivo:

Definição das características visuais de uma peça de design digital (Ex: relatórios, planos, manuais, e-books, cartilhas, jornais e revistas eletrônicos, newsletters e publicações digitais de maneira geral), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no briefing de trabalho.

Entregas:

Projeto gráfico detalhado em meio digital e arquivo digital aberto (arquivo fonte). Que deve conter 10 (dez) exemplos de páginas/comportamentos gráficos como por exemplo: capa, contracapa, índice, abertura de capítulo, primeira página de capítulo, página de texto corrido, página com gráfico, página com fotografia, página com ilustração, página com tabela, entre outros.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades do CFM.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.



- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de páginas da publicação.

7.2 Diagramação/Editoração de Publicações Digitais

Descritivo:

Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, seguindo projeto gráfico (layout) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregas:

Arquivo digital aberto (arquivo fonte) e arquivo final da peça diagramada para publicação em ambiente digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de páginas da publicação.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. <u>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</u>
Média	De 51 até 100 páginas. <u>Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.</u>
Alta	De 101 até 200 páginas. <u>Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.</u>

8. AUDIOVISUAL

8.1 Fotografia Digital

Descritivo:



Produção de captação de imagens para utilização do CFM. As imagens podem ser publicadas isoladamente ou como conteúdos complementares. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção, edição e tratamento das imagens.

Entregas:

Imagens tratadas em alta resolução.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das fotos.
- Tempestividade no atendimento.
- Não envolve casting/modelos.
- Não envolve qualquer locação de espaço.
- A diária corresponde a 8h de disponibilidade do profissional.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem, em arquivo digitalizado.

Prazo de entrega:

No mesmo dia, após a captação.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Tempo de disponibilidade para prestação do serviço.

Complexidade:

Baixa	Disponibilidade de 1 diária
Média	Disponibilidade de 2 até 3 diárias
Alta	Alocação mensal

8.2 Banco de imagem

Descritivo:

Fornecimento, mediante assinatura, de permissão para o download de fotos/imagens (com imagens em alta resolução) para uso irrestrito nos materiais impressos, televisivos e eletrônicos do CFM.

Entregas:

- Até 250 imagens para downloads mensais.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:



- As fotos e imagens devem ter caráter publicitário e devem atender a trabalhos de direção de arte e criação para peças impressas e eletrônicas de divulgação e, também, para criação de materiais que dão publicidade para as ações do CFM; entende-se por fotos publicitárias aquelas elaboradas com o objetivo de transmitir conceitos e ideias, com forte apelo visual, e com caráter de divulgação.
- A assinatura deve compreender um banco com no mínimo 100.000 (cem mil) imagens, com estimativa de 1.000 (mil) novas imagens adicionadas ao banco mensalmente.
- O banco de imagens deve possuir fotos com características brasileiras;
- As imagens devem abordar temas variados, sendo pelo menos os seguintes: saúde, medicina, vacina, profissionais da saúde, texturas, pessoas e objetos.

Prazo de entrega:

Mensal.

8.3 Videocast

Descritivo:

Produção de videocast com linguagem típica de um encontro ou bate-papo (mesa cast), dentro do estúdio do CFM ou remotamente.

Entregas:

Arquivo texto contendo roteiro e perguntas para abordagem sobre os temas, arquivos de vídeo em alta resolução (HD ou superior) para uso na internet, arquivos de vídeo abertos (arquivo fonte), documentos de cessão dos direitos autorais em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- Cada vídeo deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- A legendagem em português.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários.



Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo final em relação ao briefing e a pauta aprovada.
- Qualidade técnica e qualidade editorial do material.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Presença física ou remota.
- Localização (Brasília ou outros estados da Federação).
- Contratação de apresentador.

Complexidade:

Baixa	Apresentador do CFM e convidados remotos, até 30 minutos.
Média	Apresentador do CFM e convidados presencialmente no estúdio do CFM, até 30 minutos.
Alta	Uso de um apresentador contratado e convidados (presencial no estúdio CFM ou remoto), até 60 minutos.
Superior	Uso de um apresentador contratado e convidados (presencial em locação a ser definida ou remoto), até 60 minutos.

Prazo de entrega:

Até 5 (cinco) dias úteis.

8.4 Podcast

Descritivo:

Produção de podcast com linguagem típica de um encontro ou bate-papo, dentro do estúdio CFM ou remotamente.

Entregas:

Arquivo texto contendo roteiro e perguntas para abordagem sobre os temas, arquivos de áudio em alta qualidade para uso na internet, arquivos de fonte, documentos de cessão direitos de uso de imagem e voz em arquivo digitalizado e publicação em plataformas digitais indicadas pelo CFM.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:



- Cada episódio deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e áudio), roteiro, sonorização, vinhetas sonoras e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de áudio com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos descritivos nas plataformas de áudio.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem e voz em arquivo texto.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Presença física ou remota
- Contratação de apresentador

Complexidade:

Baixa	Apresentador do CFM e convidados remotos, até 30 minutos.
Média	Apresentador do CFM e convidados presencialmente no estúdio CFM, até 30 minutos.
Alta	Uso de um apresentador contratado e convidados (presencial no estúdio CFM ou remoto), até 60 minutos.

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis.

8.5 **Locução**

Descritivo:

Gravação de locução em português a partir de briefing, para utilização em materiais do escopo previsto do contrato e/ou utilizações específicas. Gravação de locução, masculina ou feminina.

Entregas:

- Arquivo áudio (MP3 e/ou WAV) contendo a locução, a partir de roteiro previamente encaminhando.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais de uso da voz do locutor e dos profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:



- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e tratamento do áudio.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários.

Complexidade:

Baixa	Gravação de locução via plataforma de áudio com até 2 minutos e 3 ajustes/refações.
Média	Gravação de locução com profissional de áudio (Locutor/Ator/Apresentador) com até 2 minutos e 3 ajustes/refações.

Prazo de entrega:

Até 1 (um) dia útil.

8.6 Vídeo Reportagem/Stand up

Descritivo:

Produção de reportagem em vídeo a partir de briefing e com pauta e roteiro previamente aprovados pelo CFM.

Entregas:

- Arquivo texto contendo a pauta e o roteiro de edição finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso na internet.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- Cada vídeo deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- O vídeo deve considerar a apresentação feita por um repórter em ON.
- A legendagem em português.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.



- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo locução em OFF, produção, captação, edição, artes, trilha e, quando necessário, pesquisa de imagem de arquivo para cobertura. (repórter, equipe técnica, diretor de fotografia, assistente de câmera/eletricista/áudio, produtor, pesquisador), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização), locutor standard e trilha branca.

Complexidade:

Baixa	Vídeo reportagem com entrega final de até 3 minutos.
Média	Vídeo reportagem com entrega final de 3 a 5 minutos.
Alta	Vídeo reportagem com entrega final acima de 5 minutos.

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis após a captação.

8.7 Vídeo depoimento

Descritivo:

Produção de vídeo com captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico, a partir de briefing, de pauta e roteiro previamente aprovados pelo CFM.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- O vídeo depoimento deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- O vídeo deve considerar a apresentação feita por um repórter em ON.
- A legendagem em português.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, produção, captação, edição, artes e trilha. (equipe



técnica, cinegrafista, assistente de câmera/áudio, produtor), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização) e trilha branca.

Entregas:

- Arquivo texto contendo a transcrição do material editado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso na internet.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Quantidade de dias de captação e quantidade de depoimentos.

Complexidade:

Baixa	1 dia de captação e produção. Gravação de até 3 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto). <u>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 3 minutos.
Média	1 dia de captação e produção. Gravação de até 10 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto). <u>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 5 minutos.
Alta	2 dias de captação e produção. Gravação de 11 a 20 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto). <u>Prazo de entrega: Até 2 (dois) dias úteis após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 10 minutos.



8.8 Vídeo Institucional/News

Descritivo:

Vídeo institucional elaborado a partir de um briefing e pauta previamente aprovados no estilo de telejornal com os assuntos factuais do CFM. A captação do vídeo institucional será em ambiente do CFM ou no Estúdio do CFM e o material de cobertura poderá ser disponibilizado pelo CFM ou pelos CRMs e/ou por outros serviços contratados separadamente. O serviço de Vídeo Institucional/News deve prever roteirista e repórter/apresentador na sua composição.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- O Vídeo Institucional/News deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- A legendagem em português.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.
- O vídeo deve conter a apresentação feita por um apresentador/âncora.
- O serviço deve prever figurino e maquiagem para o repórter/apresentador.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, produção, captação, edição, artes, trilha, equipe, (equipe técnica, cinegrafista, cenógrafo, assistente de câmera/áudio, produtor), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização) e trilha branca.

Entregas:

Arquivo texto contendo o roteiro, arquivos de vídeo em alta resolução (full HD ou superior) para uso em TV e internet, arquivos de vídeo abertos (arquivo fonte), documentos de cessão dos direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo final em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.



- Qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Contratação de apresentador/âncora.

Complexidade:

Baixa	Meia diária de captação e produção. Gravação no estúdio do CFM sem contratação de apresentador. <u>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 5 minutos.
Média	Meia diária de captação e produção. Gravação no estúdio do CFM com contratação de apresentador/jornalista. <u>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 5 minutos.

8.9 Vídeo Premium

Descritivo:

Produção de vídeo com recursos técnicos, profissionais e equipamentos de qualidade superior. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo. A captação de cenas externas é realizada com entrevistado em movimento ou em ação, e prevê escolha de locações e enquadramentos específicos, conforme roteiro previamente aprovado. Os equipamentos para captação devem ser de última geração, com recursos que possibilitem a produção de vídeos diferenciados esteticamente, na direção de arte e em trilhas; as imagens devem ser em 4K e podem prever recursos em 3D ou 360 graus, conforme a pauta. O vídeo deve ser legendado em português.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- O Vídeo Premium deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).



- A legendagem em português.
- Os profissionais e atores envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, produção, captação, edição, artes, trilha, equipe, (equipe técnica, cinegrafista, cenógrafo, assistente de câmera/áudio, produtor), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização) e trilha branca.

Entregas:

- Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso na internet.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem, em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo final em relação ao briefing e ao roteiro aprovado.
- Qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Quantidade de dias de captação e produção.

Complexidade:

Baixa	Uma diária de captação e produção. <u>Prazo de entrega: Até dois (dois) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 2 minutos.
Média	2 dias de captação e produção. <u>Prazo de entrega: Até 3 (três) dias úteis após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 5 minutos.
Alta	3 dias de captação e produção. <u>Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 5 minutos.

8.10 Vídeo animação - Motion Design

Descritivo:



Vídeos em animação Motion Design com linguagem típica de ações voltadas para as redes sociais para divulgação de mensagens estratégicas do CFM. Elaborado a partir de um briefing e roteiro previamente aprovados.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- O Vídeo Animação - Motion Design deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- A legendagem em português.
- Se necessário for, a utilização de footage de catálogo e arquivos de bancos de imagens especializados, deve assegurar o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, produção, captação, edição, artes, trilha, equipe (técnica, produtor, motion designer, diretor de arte), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização) e trilha branca.

Entregas:

Arquivo texto contendo o roteiro finalizado, arquivos de vídeo em alta resolução (Full HD ou superior) para uso em internet e arquivos de vídeo abertos (arquivo fonte).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo final em relação ao briefing e ao roteiro aprovados.
- Qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.
- Proposta adequada ao briefing, clareza, objetividade, inteligibilidade, apresentação didática, criatividade e atratividade, além da adequação às normas gramaticais e ajustes para o melhor resultado de imagem e áudio.

Complexidade:

Baixa	2D e duração de até 2 (dois) minutos <u>Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.</u>
-------	---



Média	2D e duração acima de 2 (dois) minutos e até 4 (quatro) minutos <u>Prazo de entrega: até 3 (três) dias úteis.</u>
Alta	2D e duração acima de 4 (quatro) minutos <u>Prazo de entrega: até 5 (cinco) dias úteis.</u>

8.11 Edição/Reedição de vídeo

Descritivo:

Edição de vídeo a partir de material bruto e/ou reedição de um vídeo já produzido. O serviço deve prever roteiro, direção de edição, pós-produção (arte, edição, sonorização) e trilha branca em vídeos de até 5 minutos.

Entregas:

Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD ou superior), para uso nas plataformas digitais do CFM, arquivos de vídeo abertos (arquivo fonte).

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- A Edição/reedição de vídeo deve englobar as seguintes etapas: decupagem de material bruto, roteiro, edição (texto e imagem), sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- A legendagem em português.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, produção, edição, artes, trilha, equipe, (equipe técnica, produtor, editor), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização) e trilha branca.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

Tempo total do material editado.

Complexidade:

Baixa	Vídeo digital duração de até 3 (três) minutos <u>Prazo de entrega: até 1 (um) dia útil.</u>
-------	--



Média	Vídeo digital duração acima de 3 (três) até 5 (cinco) minutos <u>Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.</u>
Alta	Vídeo digital duração acima de 5 (cinco) minutos <u>Prazo de entrega: até 3 (três) dias úteis.</u>

8.12 Criação de Vinheta

Descritivo:

Criação de mensagem simples, de curta duração (até 10 segundos), para utilização em ambientes digitais. A vinheta pode conter texto, imagem, áudio, arte gráfica, animação, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing.

Entregas:

Vinheta em alta resolução (Full HD) para uso em TV e internet, conforme briefing.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica.
- Aderência em relação ao tema e ao briefing.

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis.

8.13 Libras em vídeo

Descritivo:

Tradução, gravação e inserção de janela de Língua Brasileira de Sinais (Libras) em vídeo.

Entregas:

Arquivo de vídeo com a tradução em libras aplicada, em alta resolução (Full HD) para uso nas peças do CFM.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da aplicação.

Complexidade:



Baixa	Tradução em libras de material pré-gravado, com captação da tradução em estúdio, contendo até 5 (cinco) minutos. <u>Prazo de entrega: até 1 (um) dia útil.</u>
Média	Tradução em libras de material pré-gravado, com captação da tradução em estúdio, contendo até 10 (dez) minutos. <u>Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.</u>
Alta	Meia diária para tradução em libras ao vivo, com captação da tradução in loco.

9. REDES SOCIAIS

9.1 Gestão e interação de Redes Sociais

Descritivo:

Gerenciamento e interação dos perfis em redes sociais do CFM (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, Flickr, TikTok, Telegram, WhatsApp e outros), contemplando o planejamento estratégico, as postagens dos conteúdos, a manutenção de soluções de comunicação digital e contato com o público.

Entregas:

Gestão: Relatório com listagem e visão consolidada das tarefas realizadas, bem como arquivo de apresentação (PPT e PDF).

Interação: Relatório com números de interações (quantas foram inbox, quantas em timeline), sentimentalização da demanda (positivo/negativo), agrupamento por temas, por plataformas, perfil dos demandantes, bem como os conteúdos moderados e as denúncias recebidas nos canais oficiais.

Específicos: Relatório com análise e números consolidados de interações, sentimentalização da demanda, agrupamento por temas, por plataformas, perfil dos demandantes em relação a tema específico.

Aspectos a serem considerados

- Acompanhamento, interação e moderação permanente dos perfis e canais internos e externos indicados pelo CFM (24 horas, 7 dias por semana).



- Planejamento da presença digital e do uso estratégico das redes sociais do CFM.
- Reunião frequente com a equipe da COIMP (podendo ser presencial Brasília-DF) para discussão de briefings, esclarecimento de pontos de atenção e definições sobre resultados esperados.
- Avaliações diárias da presença digital relacionada à marca, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Postagem e/ou agendamento nas redes sociais oficiais de acordo com o planejamento estratégico ou orientação da equipe do CFM.
- Além do conteúdo produzido pela CONTRATADA, serão organizados, postados e agendados conteúdos e produtos produzidos internamente, por parceiros ou outras empresas, de acordo com as necessidades do CFM.
- Ação de interação de respostas aos internautas - Responding/SAC.
- Gerenciamento de interação.
- Atendimento, amplo e irrestrito, aos usuários das redes, com intervenções pontuais e de rápida execução, sem necessidade de produção de projetos e/ou documentos elaborados.
- Interação nas plataformas digitais via chat, com mensagens diretas e comentários, sem o uso de chatbot ou qualquer outro robô ou ferramenta de resposta automática.
- Avaliação da necessidade (ou não) de algum tipo de ação como resposta e/ou exclusão do comentário.
- Articulação com interlocutores do CFM relacionados ao tema para a elaboração de respostas.
- Elaboração e postagem de respostas.
- Esclarecimento de dúvidas dos públicos.
- Relacionamento digital com Conselhos Regionais de Medicina por meio das plataformas de redes sociais.
- Proposição de ações de oportunidade para participação em discussões que estão em andamento nas redes sociais.
- Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Tempestividade na interação.
- Qualidade das interações.
- Aplicação do planejamento da presença digital e do uso estratégico das redes sociais do CFM.
- Garantia da execução do planejamento estratégico e orientações da COIMP nas redes sociais do CFM.



Prazo de entrega:

Recorrente e mensal com entrega de relatórios sempre no terceiro dia útil.

Prazo para interação

- A interação deve acontecer em, no máximo, duas horas e observar o conteúdo de FAQ do CFM, baseado em posições oficiais.
- A higienização, exclusão de comentários, atualização e curadoria de comentários devem acontecer em um período de duas horas e devem seguir a autorização, validação e orientações da equipe do CFM.
- Ao ser acionada pela equipe do CFM, a CONTRATADA tem até uma hora para atendimento de demandas relacionadas à governança (inclusão ou exclusão de comentários ou mensagens) e quatro horas para apresentar relatórios e informações específicas.

9.2 Monitoramento on-line

Descritivo:

Serviço de monitoramento on-line, de forma permanente (24x7), e em tempo real da presença digital do CFM e de temas de interesse da Medicina em redes sociais, utilizando como base ferramenta de coleta (exemplo Stilingue). Com entrega de alertas e elaboração de plano de ações estratégicas.

Entregas:

O serviço de monitoramento será condensado em relatórios analíticos periódicos que darão subsídios a gestão da imagem da instituição e ao ajustamento de seus processos.

Os relatórios devem apresentar gráficos e tabelas, bem como análises consubstanciadas a partir dos dados apresentados, abrangendo aspectos relacionados às menções nas redes sociais: repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis crises, devem ser destacadas.

Os relatórios devem apresentar informações específicas sobre a imagem e repercussão do CFM nos períodos estabelecidos, utilizando as informações coletadas pela CONTRATANTE e/ou as informações fornecidas pelo CFM em relatórios anteriores de monitoramento.



- **Relatório diário** – Resumo dos fatos do dia com análise crítica e quantitativa sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e com recomendações de ações.
- **Alertas** – Os alertas se darão, em caráter excepcional e de emergência, caso seja identificada pela CONTRATADA ou pela CONTRATANTE situação potencialmente geradora de crise:
 - a) o documento deve trazer análise quantitativa e qualitativa sobre as palavras-chaves e publicações monitoradas (citações) indicando as principais fontes geradoras de repercussão;
 - b) o texto deve identificar tendências e distorções com visão crítica dos dados e fatos apurados.
 - c) o documento deve ter mensagens (posts, cards, textos, etc.), identificação de público-alvo e de influenciadores relacionados, destacando a repercussão positiva ou negativa alcançada;
 - d) o relatório deve comportar recomendações de ações e estratégias.
- **Relatório semanal** – Relatório consolidado com resumos dos fatos da semana com análise sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e com recomendações de ações.
 - a) documento com análise quantitativa e qualitativa que deve reunir as informações sobre as bases de dados consultadas (indicadas pelo CFM que podem ser de acesso público ou privado),
 - b) o relatório deve promover uma análise crítica sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e trazer recomendações de ações;
 - c) o relatório deve conter avaliação qualitativa do impacto das postagens e das palavras-chaves monitoradas, com análise de abrangência, relevância, vitalidade e favorabilidade e outras;
 - d) o relatório deve conter avaliação quantitativa das citações ao CFM e de temas de interesse, com análise de abrangência, relevância, vitalidade e favorabilidade e outras;
 - e) o relatório deve trazer indicação quantitativa e qualitativa dos principais temas debatidos nas redes sociais e ações organizadas na web referentes ao CFM e temas de interesse;
 - f) o relatório deve trazer informações sobre os principais formadores de opinião nas redes sociais que debateram sobre assuntos afetos ao CFM, com análise de seu posicionamento e influência/capacidade de repercussão. Para seleção desse grupo, devem ser ponderados a frequência de menções e o grau de mobilização de cada um;



- g) o relatório deve identificar a performance das postagens do CFM indicando as que tiveram melhor ou pior resultados; e apontar as postagens de outros usuários das redes sociais que citaram o CFM ou os seus temas de interesse com impacto na imagem institucional. A análise deve contemplar aspectos como repercussão e relevância;
- h) o relatório deve conter avaliação geral do impacto da mobilização digital em torno de temas referentes ao CFM (gerados pela instituição ou por indivíduos/páginas externas) com projeção de seus reflexos na opinião pública;
- i) o relatório deve apresentar proposição de ações viáveis e exequíveis nas redes sociais (considerando infraestrutura e recursos), adequadas a instituição, que visem solucionar e responder aspectos apontados pelo monitoramento, em especial em situações de crise;
- Relatório mensal – Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas no período de maneira objetiva e didática, com recomendações de ações.
 - a) documento com análise quantitativa e qualitativa que deve reunir as informações sobre as bases de dados consultadas (indicadas pelo CFM que podem ser de acesso público ou privado);
 - b) o relatório deve promover uma análise crítica sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e trazer recomendações de ações;
 - c) o relatório deve conter avaliação qualitativa do impacto das postagens e das palavras-chaves monitoradas, com análise de abrangência, relevância, vitalidade e favorabilidade e outras;
 - d) o relatório deve conter avaliação quantitativa das citações ao CFM e de temas de interesse, com análise de abrangência, relevância, vitalidade e favorabilidade e outras;
 - e) o relatório deve trazer indicação quantitativa e qualitativa dos principais temas debatidos nas redes sociais e ações organizadas na web referentes ao CFM e temas de interesse;
 - f) o relatório deve trazer informações sobre os principais formadores de opinião nas redes sociais que debateram sobre assuntos afetos ao CFM, com análise de seu posicionamento e influência/capacidade de repercussão. Para seleção desse grupo, devem ser ponderados a frequência de menções e o grau de mobilização de cada um;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- g) o relatório deve identificar a performance das postagens do CFM indicando as que tiveram melhor ou pior resultados; e apontar as postagens de outros usuários das redes sociais que citaram o CFM ou os seus temas de interesse com impacto na imagem institucional. A análise deve contemplar aspectos como repercussão e relevância;
- h) o relatório deve conter avaliação geral do impacto da mobilização digital em torno de temas referentes ao CFM (gerados pela instituição ou por indivíduos/páginas externas) com projeção de seus reflexos na opinião pública;
- i) o relatório deve apresentar proposição de ações viáveis e exequíveis nas redes sociais (considerando infraestrutura e recursos), adequadas a instituição, que visem solucionar e responder aspectos apontados pelo monitoramento, em especial em situações de crise;
- Relatório semestral – Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas no período de seis meses, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.
 - Relatório anual – Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas no período de doze meses, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.
 - Relatório especial – Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas em determinado período e sobre o tema a ser especificado pela CONTRATANTE, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.

Formato e Prazos:

Relatório diário: No corpo de e-mail e WhatsApp (PDF e PPT), em horário a ser definido pelo gestor do contrato.

Alertas: No corpo do e-mail e WhatsApp, em até 2 (duas) horas após a identificação dos fatos.

Relatório semanal: Apresentação (PDF e PPT) por e-mail e WhatsApp, toda sexta-feira até às 16h.

Relatório mensal: Apresentação (PDF e PPT) por e-mail, até o terceiro dia útil do mês subsequente.

Relatório semestral: Apresentação (PDF e PPT) por e-mail, até o décimo dia útil do mês de julho e janeiro.



Relatório anual: Apresentação (PDF e PPT) por e-mail, até o décimo quinto dia útil do mês de janeiro.

Relatório especial: Apresentação (PDF e PPT) por e-mail, prazo de entrega a ser definido pelo gestor do contrato.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Tempestividade nos alertas.
- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Clareza e consistência da análise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Quantidade de menções.

Complexidade:

Baixa	Monitoramento de até 100 mil menções/mês. Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.
Média	Monitoramento de 100.001 a 500 mil menções/mês. Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.
Alta	Monitoramento de 500.001 a 1 milhão menções/mês. Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.

RELAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES

Os Produtos e Serviços Complementares não estão descritos neste ANEXO, mas podem ser contratados. Para esse tipo de demanda será considerada a descrição do Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>.



ANEXO III

PLANILHA DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS E PREÇOS UNITÁRIOS (MÉDIA) DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Item	Produto	Complexidade	Quant. Anual Prevista	Quantidade Contratual Máxima	VALOR GLOBAL MÉDIA
1. DESIGN					
1.1	Criação/Adequação de Layout de Propriedade Digital				
		Baixa	1	12	R\$ 6.753,53
		Média	1	12	R\$ 11.269,15
		Alta	1	12	R\$ 18.807,52
1.2	Branding Digital				
		Baixa	2	32	R\$ 34.773,30
		Média	1	12	R\$ 25.651,93
		Alta	1	12	R\$ 43.362,55
1.3	Manual de Identidade Digital/Guia de Estilo		2	12	R\$ 70.176,96
1.4	Key Visual		6	80	R\$ 98.1213,49
2. APRESENTAÇÃO					
2.1	Apresentação				
		Baixa	3	24	R\$ 12.539,04
		Média	2	12	R\$ 15.648,42
		Alta	1	12	R\$ 12.931,45
3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO					
3.1	Planejamento Estratégico de Comunicação Digital		1	12	R\$ 48.411,06
3.2	Mapeamento de Presença digital				
		Baixa	1	12	R\$ 19.874,43
		Média	2	6	R\$ 57.413,42



		Alta	1	6	R\$ 36.273,09
3.3	Planejamento de conteúdo		2	20	R\$ 45.198,66
4. PLANEJAMENTO TÁTICO					
4.1	Planejamento tático de conteúdo para projeto		4	24	R\$ 75.714,66
4.2	Arquitetura de Propriedade Digital				
		Baixa	2	12	R\$ 38.690,89
		Média	1	12	R\$ 35.054,61
5. MÉTRICAS E AVALIAÇÕES					
5.1	Desempenho de Redes Sociais				
		Baixa	6	24	R\$ 112.586,61
		Média	2	16	R\$ 58.674,17
		Alta	1	16	R\$ 46.857,53
5.2	Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes				
		Baixa	3	12	R\$ 40.749,70
		Média	1	12	R\$ 21.443,74
		Alta	1	12	R\$ 35.072,73
6. CONTEÚDO					
6.1	Produção de conteúdo para propriedades digitais				
		Baixa	4	48	R\$ 199.468,07
		Média	6	64	R\$ 629.607,36
		Alta	2	24	R\$ 393.321,39
7. MATERIAL GRÁFICO DIGITAL					
7.1	Projeto gráfico para publicação digital		3	24	R\$ 63.703,88
7.2	Diagramação/Editoração de Publicações Digitais				
		Baixa	5	36	R\$ 50.739,38
		Média	3	24	R\$ 53.379,67
		Alta	2	18	R\$ 57.546,76
8. AUDIOVISUAL					
8.1	Fotografia				



		Baixa	30	200	R\$ 86.239,62
		Média	12	84	R\$ 68.917,08
		Alta	6	60	R\$ 126.696,94
8.2	Banco de imagem/vídeo		12	80	R\$ 179.835,00
8.3	Videocast				
		Baixa	12	120	R\$ 214.637,61
		Média	4	80	R\$ 96.679,51
		Alta	2	36	R\$ 79.503,84
		Superior	1	36	R\$ 69.840,61
8.4	Podcast				
		Baixa	24	140	R\$ 181.712,59
		Média	4	60	R\$ 58.198,23
		Alta	3	36	R\$ 69.803,67
8.5	Locução				
		Baixa	3	64	R\$ 17.045,27
		Média	3	64	R\$ 35.365,85
8.6	Vídeo Reportagem/Stand up				
		Baixa	4	60	R\$ 110.727,91
		Média	1	16	R\$ 39.679,91
		Alta	1	16	R\$ 55.596,15
8.7	Vídeo Depoimento				
		Baixa	8	80	R\$ 200.966,12
		Média	2	32	R\$ 83.269,76
		Alta	2	32	R\$ 135.947,18
8.8	Vídeo Institucional/News				
		Baixa	4	60	R\$ 385.024,32
		Média	2	24	R\$ 318.182,45
8.9	Vídeo Premium				
		Baixa	3	48	R\$ 251.549,59
		Média	2	32	R\$ 240.048,71
		Alta	1	48	R\$ 206.286,77



8.10	Vídeo de animação - Motion Design				
	Baixa	12	120	R\$ 270.114,55	
	Média	6	72	R\$ 188.695,77	
	Alta	3	48	R\$ 144.649,07	
8.11	Edição/Reedição de vídeo				
	Baixa	8	120	R\$ 78.012,00	
	Média	4	48	R\$ 68.855,52	
	Alta	2	32	R\$ 50.723,68	
8.12	Criação de vinheta	6	64	R\$ 41.914,38	
8.13	Libras em Vídeo				
	Baixa	3	48	R\$ 25.898,92	
	Média	2	32	R\$ 25.406,36	
	Alta	1	24	R\$ 20.608,07	
9. REDES SOCIAIS					
9.1	Gestão e Interação de redes sociais	12	80	R\$ 1.066.268,76	
9.2	Monitoramento on-line				
	Baixa	8	60	R\$ 530.618,14	
	Média	3	60	R\$ 385.406,62	
	Alta	1	60	R\$ 219.903,60	

A "Quantidade Anual Prevista" se refere ao volume mínimo desejado para ser executado em um ano, sem a necessidade de obrigações contratuais. A "Quantidade Contratual Máxima" representa o volume máximo que o contrato pode acomodar durante o período de sua validade.

Diante da necessidade de execução imediata, cabe à Contratada estar preparada para a implementação de quaisquer produtos descritos neste documento, independentemente de sua previsão anual.



ANEXO IV

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Digital	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Digital
	III. Solução de Comunicação Digital
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	I. Relação dos principais clientes
	III. Qualificação e experiência dos profissionais
	III. Infraestrutura
	IV. Sistemática operacional de atendimento
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital	



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

1.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;

d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, intertítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e intertítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e

j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.



1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Digital poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Plano de Implementação poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou peças integrantes do subquesto Solução de Comunicação Digital deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto no Edital.



- 1.2.5 O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.
- 1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Digital e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.
- 1.2.7 Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe aos licitantes atentar especialmente para o disposto no Edital.
- 1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Digital e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber
- 1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada com base no Briefing (Apêndice V), observadas as seguintes disposições:
- 1.3.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:
- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
 - b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas;
 - c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
- 1.3.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, compreendendo:



a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.

b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.3 Subquestão 3 – Solução de Comunicação Digital – apresentação das ações e/ou peças de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 O detalhamento mencionado na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação digital, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante prever número de ações e/ou peças de comunicação digital superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.



1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

roteiros, storyboards e leiautes impressos;

storyboards animados ou animatics;

'monstros' ou leiautes eletrônicos.

1.3.3.3.1 Os storyboards e os leiautes impressos devem preservar a capacidade de leitura das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.3.2 No storyboard animado ou no animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.3.3 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação digital, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.4 O 'monstro' ou layouts eletrônicos e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer



outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

- 1.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.
- 1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.
- 1.3.3.4 Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
- a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
 - b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
 - c) uma landpage e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
 - d) um vídeo e uma landpage que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
 - e) um post e a landpage por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações



e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing do Apêndice II-A;

b) nos valores cheios previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I;

1.3.4.2 Todas as ações e/ou peças de comunicação digital que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4 O Plano de Comunicação Digital – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou peças da Solução de Comunicação Digital, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

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.



1.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do início de atendimento e do Objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição para apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da CONTRATADA como nas dependências do CONTRATANTE.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da



primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 5 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

1.6.2.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados nos últimos 3 (três) anos a contar da data de publicação do Edital.



1.6.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I – na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

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

2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital

2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas;



c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

2.2.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Digital

a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing

d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados;

e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.

2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital

a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo;



- d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas e/ou ferramentas a que se destinam;
- e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.

2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;
- d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.

2.2.2 Questão 2 - Capacidade de Atendimento

2.2.2.1 Subquesto 1 - Relação dos principais clientes

- a) O porte dos clientes e o período de atendimento a cada um.



2.2.2.2 Subquesto 2 - Qualificação e experiência dos profissionais

a) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE.

2.2.2.3 Subquesto 3 - Infraestrutura

a) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato.

2.2.2.4 Subquesto 4 - Sistemática operacional de atendimento

a) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

2.2.3 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.



2.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital		
Subquesitos	I. Raciocínio Básico	5%
	II. Estratégia de Comunicação Digital	20%
	III. Solução de Comunicação Digital	25%
	IV. Plano de Implementação	15%
2. Capacidade de Atendimento		
Subquesitos	I. Relação dos principais clientes	6%
	II. Qualificação e experiência dos profissionais	10%
	III. Infraestrutura	2%
	IV. Sistemática operacional de atendimento	2%
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital		15%
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

2.3.2.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra



de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

2.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

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

2.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

2.5 A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

2.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no Edital.



ANEXO V

BRIEFING

Este documento apresenta as informações básicas de insumo para a elaboração do plano de comunicação digital para a concorrência CFM nº 002/2023 que tem como tema Dia dos Médicos.

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.



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 ganhada publicidade.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O exercício de comunicação a ser aplicado para o edital nº CFM nº 002/2023 é a comunicação comemorativa do Dia do Médico, que acontece no dia 18 de outubro.

Um bom médico, além de ter um bom embasamento teórico, deve saber relacionar-se, promovendo uma relação de confiança com seu paciente. A relação médico-paciente é fundamental para o andamento adequado do tratamento, uma vez que o paciente sente-se à vontade para falar em detalhes o que lhe aflige. Assim sendo, é fundamental que o médico abra espaço para questionamentos e saiba explicar de maneira atenciosa e cuidadosa o que acomete cada pessoa.

A relação de confiança estabelecida entre médico-paciente também é importante nos momentos de grande dor, como ao informar sobre uma doença terminal. O médico deve estar preparado para encarar a morte e ajudar os parentes e até mesmo o paciente a encarar esse momento tão difícil.

É importante salientar que o CFM tem realizado uma série de ações para denunciar abusos ou irregularidades que afetam a medicina, como a abertura indiscriminada de escolas médicas, as tentativas de invasão de competências exclusivas previstas na Lei do Ato Médico e a falta de infraestrutura de trabalho e de atendimento, assim como a não valorização e reconhecimento dos profissionais da medicina.

Além de toda responsabilidade em torno dessa profissão, os médicos enfrentam grandes dificuldades cotidianas, como a falta de estrutura e também a falta de recursos. Infelizmente, sem condições de trabalho, os médicos não conseguem desempenhar de maneira adequada o seu papel, o que gera insatisfação por parte dos pacientes.



Diante desse cenário, os médicos merecem que o 18 de outubro seja uma data para o reconhecimento desse profissional e de sua importância para a sociedade. Também é um momento para pedir maiores investimentos na saúde e garantia de condições adequadas de trabalho.

O desafio de comunicação é aproveitar a data comemorativa para mostrar a preocupação e o cuidado do Conselho Federal de Medicina com os médicos brasileiros.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

a) GERAL

Demonstrar a preocupação e o cuidado do CFM com os médicos brasileiros.

b) ESPECÍFICOS

Apresentar as ações do CFM que demonstram a preocupação e o cuidado do Conselho com os médicos brasileiros.

4. PÚBLICOS-ALVO

a) PRIORITÁRIO

- Médicos
- Estudantes de medicina

b) SECUNDÁRIO

- Sociedade em geral
- Formadores de opinião

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, o licitante deve propor cronograma de implementação da ação de comunicação.



7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

R\$ 800.000,00 (Oitocentos mil reais) para investimento durante todo o período da campanha.

É vedado o uso de qualquer artifício de compra/distribuição por meio de investimento em mídia digital.

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

As redes sociais do CFM contém vários exemplos de esforços de comunicação de anos anteriores.



ANEXO VI

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:
- a) em caderno único, em papel que a identifique, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
 - b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice VII e será constituída de:
- percentual de desconto;
 - conjunto de declarações;
 - informações sobre a licitante.
- 1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I e Produtos e Serviços Complementares, não poderá ser inferior a 10% (dez por cento).
- 1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços elencados no Apêndice I estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (hardware), programas (software); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do Objeto do contrato.



1.2.1.2 E esse mesmo percentual de desconto incide de forma linear sobre os valores relativos aos Produtos e Serviços Complementares, do Guia de Valores de Produtos Digitais da ABRADI vigente a partir da coluna intitulada “mediana” do guia localizado em <https://abradi.com.br>

1.3 Os percentuais de desconto devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais, e por extenso.

1.4 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.4 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

1.5 Os preços dos Produtos e Serviços, decorrentes do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

2.2 Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Especial de Licitação.



- 2.3 A Comissão Especial de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Apêndice VII.
- 2.4 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto ou percentual de honorários baseado em outra Proposta, que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços, que não contiver alguma das informações solicitadas neste Apêndice, ou que for considerada inexequível pelo CFM, acima de 50% (cinquenta) de desconto, observada a legislação aplicável.
- 2.5 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.
- 2.6 O Preço Proposto pela Licitante (PPL), no quesito da alínea 'a' o subitem 1.2 deste Apêndice, será considerado na identificação do seu Índice de Preço (IP), da seguinte forma:
- IP = (PPL/MPD) = quando o menor preço referir-se ao Maior Percentual de Desconto - MPD, sendo que:
- PPL = Percentual Proposto pela Licitante no quesito Percentual de Desconto;
- MPD = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL;
- 2.7 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será considerado no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no Edital.



ANEXO VII

Modelo de Proposta de Preços

À
Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº CFM nº 002/2023

Declaramos que, caso esta licitante venha a ser CONTRATADA pelo Conselho Federal de Medicina - CFM, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

percentual de desconto de% (.....por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Produtos e Serviços, constante do ANEXO III do Edital desta concorrência. E esse mesmo percentual de desconto incide de forma linear sobre os valores relativos aos Produtos e Serviços Complementares, do Guia de Valores de Produtos Digitais da ABRADI vigente a partir da coluna intitulada “mediana” do guia especificado anteriormente.

Declaramos ainda que:

a) os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do CFM;

I. consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea ‘a’, na remuneração dos produtos e serviços;

II. o CFM poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea ‘a’ durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

b) nos preços dos Produtos e Serviços, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (hardware), programas (software); tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do Objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

c) os percentuais acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas e estamos cientes de que a infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato que vier a ser firmado e nos sujeitará às penas da Lei nº 9.279/1996 e às indenizações das perdas e danos previstas na legislação ordinária;

e) estamos cientes de que o CFM procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

f) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de (.....) dias, contados de sua apresentação.

_____, ____ de _____ de 2024.

REPRESENTANTE LEGAL

(Nome completo do representante)

(Cargo _____ do _____ representante)

(RG e CPF do representante)

* Aplicar modelo de declaração em papel timbrado da empresa.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO VIII

Termo de responsabilidade - Comissão Especial de Licitação

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial de Licitação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo Conselho Federal de Medicina - CFM, para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial de Licitação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao Objeto da Concorrência;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja CONTRATADA pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____ de _____ de _____

Assinatura Servidor



ANEXO IX

Termo de responsabilidade - Subcomissão técnica

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação digital é processada e julgada pela Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

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

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

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, vinculado(a) ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pela Conselho Federal de Medicina - CFM, para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda a:

- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;
- II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
- III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;
- IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao Objeto da Concorrência;
- V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja CONTRATADA pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial de Licitação.

Data: _____ de _____ de _____

Assinatura



ANEXO X

Modelo de declaração de elaboração independente de proposta

(Instrução Normativa nº 102, de 16 de setembro de 2020)

MODELO DE DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA (Identificação da Licitação)

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído de (Identificação completa da licitante ou do Consórcio) doravante denominado (Licitante/Consórcio), 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/Consórcio), 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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

(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)

* Aplicar modelo de declaração em papel timbrado da empresa.



ANEXO XI

Modelo de declaração de inexistência de fato impeditivo

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

(Nome da empresa) _____, CNPJ nº _____, sediada na _____ (endereço completo) _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____ infra-assinado, _____ (informar o cargo) _____, Identidade nº _____, expedida pela(o) _____, e CPF nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para a sua habilitação para o procedimento licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

_____, _____ de _____ de 2024.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

<p>_____</p> <p>REPRESENTANTE LEGAL (Nome completo do representante) (RG e CPF do representante)</p>

* Aplicar modelo de declaração em papel timbrado da empresa.



ANEXO XII

**Modelo de declaração de cumprimento do disposto no art. 27, V,
da lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993**

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO DISPOSTO
NO ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666, DE 21 DE JUNHO DE 1993.**

(Nome da empresa) _____, CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr. (a) _____, Identidade nº _____, expedida pela(o) _____, e CPF nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, para fins do disposto no art. 27, V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e não emprega menor de dezesseis anos.

_____, _____ de _____ de 2024.

REPRESENTANTE LEGAL

(Nome completo do representante)

(RG e CPF do representante)

(Carimbo da empresa)



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Ressalva, caso a empresa emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz, explicitar na declaração.

* Aplicar modelo de declaração em papel timbrado da empresa.



ANEXO XIII

Modelo do termo de opção/declaração para microempresa e empresa de pequeno porte

TERMO DE OPÇÃO/DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(Nome da empresa) _____, CNPJ nº _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr. (a) _____, Identidade nº _____, expedida pela(o) _____, e CPF nº _____, OPTA pelo tratamento diferenciado e favorecido estabelecido pela Lei Complementar nº 123, de 15 de dezembro de 2006, nos termos do art. 3º e seus parágrafos, estando apta a usufruir o tratamento ali previsto e DECLARA ser: Microempresa () Empresa de Pequeno Porte ().

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____, _____ de _____ de 2024.

REPRESENTANTE LEGAL



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

(Nome	completo	do	representante)	
(RG	e	CPF	do	representante)
(Carimbo da empresa)				



ANEXO XIV

Modelo de declaração de concordância com os termos do Edital

DECLARAÇÃO DE CONCORDÂNCIA COM OS TERMOS DO Edital

(Nome da empresa) _____, CNPJ nº _____, sediada na _____ (endereço completo) _____, por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a) _____ infra-assinado, _____ (informar o cargo) _____, Identidade nº _____, expedida pela(o) _____, e CPF nº _____, DECLARA, sob as penas da lei, que examinou criteriosamente os documentos do Edital de Concorrência CFM nº 002/2023, e julgou-os suficientes para a elaboração das propostas voltadas ao atendimento do Objeto licitado.

DECLARA, ainda, que tem pleno e total conhecimento das condições, bem como das especificações técnicas necessárias para a execução dos serviços.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

_____, _____ de _____ de 2024.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

<hr/>			
REPRESENTANTE LEGAL			
(Nome	completo	do	representante)
(RG e CPF do representante)			



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ANEXO XV

Modelo de declaração de não utilização de trabalho degradante ou forçado

DECLARAÇÃO DE NÃO UTILIZAÇÃO DE TRABALHO DEGRADANTE OU FORÇADO

_____ (nome da empresa), inscrita no CNPJ nº _____, DECLARA, que não possui em sua cadeia produtiva, empregados executando trabalho degradante ou forçado, nos termos do inciso III e IV do artigo 1º e inciso III do artigo 5º da Constituição Federal.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

_____, _____ de _____ de 2024.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

<hr/>			
REPRESENTANTE LEGAL			
(Nome	completo	do	representante)
(RG e CPF do representante)			



ANEXO XVI

Modelo de declaração de cumprimento da legislação ambiental

DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DA LEGISLAÇÃO AMBIENTAL

Declaro que a empresa _____
(nome empresarial da licitante) inscrita no CNPJ nº : _____
_____ com sede
na _____
_____ (endereço completo) por intermédio de seu representante legal, o(a)
Sr.(a) _____ infra-assinado, portador(a)
da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF/MF
n.º _____, para os fins de habilitação na Concorrência CFM
002/2023

a) Atende aos critérios de qualidade ambiental e sustentabilidade socioambiental, respeitando as normas de proteção do meio ambiente, em conformidade com a IN nº 01/2010-SLTI.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

_____, _____ de _____ de 2024.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

REPRESENTANTE LEGAL
(Nome completo do representante)
(RG e CPF do representante)



ANEXO XVII

MINUTA DE CONTRATO

**CONTRATO CFM N° 002/2023
CONCORRÊNCIA**

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA E AGÊNCIA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, 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 n.º **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, CPF n.º **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, nos termos da Lei nº 4.680/65, Lei Complementar nº 123/06, da Lei 12.232/10 e da Lei nº 8.666/93, e modificações posteriores, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1 – CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1 Contrato para prestação de **SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL** para atender as necessidades do Conselho Federal de Medicina (CFM), referentes à:



- a) Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;**
- b) Criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;**
- c) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do CFM, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas e/ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;**
- d) Moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais; e**
- e) Monitoramento e estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos.**

1.1.2 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 de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.1.3 O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

1.1.4 Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do CFM, na disseminação de informações junto à sociedade.

1.1.5 Não faz parte desse objeto qualquer serviços de compra de mídia, ou gestão de recursos de mídia, ou impulsionamento, ou alavancagem, ou propagação com investimento publicitário, entre outros termos que caracterize o emprego de investimento para amplificação do alcance, nas peças e ações do CFM.



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 002/2023;
- 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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.

4 – CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2024 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 no contrato a ser firmado ou dele decorrentes:

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

5.1.1.1 Garantir o atendimento ao CFM de segunda a sexta-feira, de 8h às 19h. Sendo que além desses horários, aos sábados, domingos e feriados deve haver uma estrutura capaz de atender demandas eventuais.



- 5.1.2 Fornecer os produtos e serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.
- 5.1.2.1 Entregar todos os materiais, peças e conteúdos no prazo descrito no Edital;
- 5.1.2.2 Entregar, de forma sistemática, relatório mensal em arquivo de apresentação (até o terceiro dia útil após encerramento do mês anterior) com o consolidado de todas as entregas ao CFM, bem como suas respectivas métricas;
- 5.1.2.3 Entregar, de forma sistemática e mensal, hardware (pen drive, HD, repositório em nuvem, etc) com pastas organizadas por temas e datas contendo arquivo de imagem (JPG e PNG), digital aberto (arquivos PSD ou afins do pacote Adobe) e final (PDF).
- 5.1.3 Executar todos os serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda do CONTRATANTE.
- 5.1.4 Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pelo CONTRATANTE.
- 5.1.5 Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento.
- 5.1.6 Utilizar, na elaboração dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao referido instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.
- 5.1.6.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de



banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, equipamentos fotográficos, equipamentos de áudio, equipamento de captação de imagens em vídeo, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

- 5.1.6.2 Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.
- 5.1.7 Preservar as regras e condições do contrato com o CONTRATANTE na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.
- 5.1.8 Não manter, durante a vigência do contrato a ser firmado, nenhuma forma de prestação de serviços de comunicação digital, com empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação do CONTRATANTE, devendo, na assinatura do contrato, apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do CONTRATANTE.
- 5.1.9 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.
- 5.1.9.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 5.1.10 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 5.1.11 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pelo CONTRATANTE, se



comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

- 5.1.12 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.
- 5.1.13 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.
- 5.1.14 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do Objeto do contrato a ser firmado, 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.
- 5.1.15 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.
- 5.1.16 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- 5.1.17 Responder perante ao CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado.
- 5.1.18 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para o CONTRATANTE.
- 5.1.19 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por



culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.

- 5.1.20 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 5.1.21 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços Objeto do contrato a ser firmado.
- 5.1.22 Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 5.1.23 **Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.**
- 5.1.24 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.
- 5.1.25 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços ao CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem ao contrato a ser firmado.
- 5.1.26 Fornecimento de fotos, imagens, vídeos e elementos gráficos de bancos especializados que contenham um acervo amplo com material atualizado e que contemple elementos que representem adequadamente a atividade médica no Brasil, bem como as características regionais e físicas de sua população;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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. MATHEUS BRAGA (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 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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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 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.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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.

1021 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.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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 Betacam e em DVD.

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.

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:



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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.

1121 Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores.

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



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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:

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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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.

113 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.

114 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

13.2- 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).

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

13.4 - 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.

13.5 - 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 o CFM, 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.

13.6 - 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.

13.7 - 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.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

13.8 - 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).

13.9 - 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:

- 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.

13.10- 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;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

- 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 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;



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

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

14.2 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 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.

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

156 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.

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 – VEDAÇÕES E PERMISSÕES

17.1 É vedado à CONTRATADA interromper a execução dos serviços sob alegação de inadimplemento por parte da CONTRATANTE, salvo nos casos previstos em lei.

17.2 Não será permitido à CONTRATADA caucionar ou utilizar este Termo de Contrato para qualquer operação financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de Julho de 2020.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO FORO E DOS CASOS OMISSOS

18.1 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.



18.2 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**

**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA**

TESTEMUNHAS:

Nome (RG)

Nome (RG)