



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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

O **CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN)**, autarquia federal, órgão de fiscalização profissional regida pela Lei nº 6.583, de 20.10.1978, inscrito no CNPJ sob o nº 00.579.987/0001-40, com sede no SRTV/Sul, Quadra 701, Conjunto L, Bloco II, Sala 406, Edifício Assis Chateaubriand, em Brasília (DF), por intermédio de sua Comissão de Licitação, instituída pela Portaria CFN nº 15, de 10 de setembro de 2014, torna público que realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA, tipo TÉCNICA E PREÇO, EXECUÇÃO NO REGIME DE PREÇO GLOBAL**, conforme descrito neste Edital e seus Anexos, nos termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada, Lei nº 12.232/2010 e Lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações.

**OBJETO:** Constitui objeto desta licitação a prestação de serviços de publicidade compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição, aos veículos e demais meios de divulgação, de publicidade de competência da Diretoria e da Unidade de Comunicação e Imprensa do CFN, pelo período de 12 (doze) meses, renováveis até os limites permitidos no art. 57, inciso II da Lei nº 8.666, de 1993, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing.

**ÁREAS DO CFN INTERESSADAS:** Diretoria do Conselho Federal de Nutricionistas e Coordenação da Unidade de Imprensa e Comunicação.

**DATA E HORA DE RECEBIMENTO E DE ABERTURA:** **Dia 10 de dezembro de 2014, às 14:30h**

**NORMAS DE REGULAÇÃO:** Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada, Lei nº 12.232/2010 e Lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações.

**LOCAL DA LICITAÇÃO:** SRTV/Sul, Quadra 701, Conjunto L, N° 30, Bloco II, Sala 406, Edifício Assis Chateaubriand, em Brasília (DF). CEP 70340-906.

**CONTATOS E INFORMAÇÕES:** No endereço acima, no horário de 09:00 às 12:00 e das 14:00 às 17:00 horas, de segunda a sexta-feira. Telefone: 3225-6027. O Edital e seus anexos poderão ser obtidos gratuitamente, por meio do sítio [www.cfn.org.br](http://www.cfn.org.br), pelo e-mail: [licitacao@cfn.org.br](mailto:licitacao@cfn.org.br) ou na sede do CFN. Neste último caso, o interessado deve apresentar pen drive ou CD Rom. Para aqueles que desejam obter o Edital e seus anexos por meio impresso, será cobrado o valor correspondente a R\$ 10,00 (dez reais) a título de ressarcimento de despesas.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

## EDITAL DE LICITAÇÃO

### CONCORRÊNCIA CFN N° 02/2014

#### 1. OBJETO DA LICITAÇÃO

**1.1.** Constitui objeto desta licitação a prestação de serviços de publicidade compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição, aos veículos e demais meios de divulgação, de publicidade de competência da Diretoria e da Unidade de Comunicação e Imprensa do CFN, pelo período de 12 (doze) meses, renováveis até os limites permitidos no art. 57, inciso II da Lei n° 8.666, de 1993, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing.

**1.2.** As campanhas anuais de valorização do nutricionista e do técnico em nutrição e dietética devem compreender:

- a)** estudo, concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias para divulgação;
- b)** planejamento, desenvolvimento e execução de ações promocionais;
- c)** elaboração de marcas, logotipos, peças publicitárias e expressões de propaganda;
- d)** assessoramento das ações de comunicação nos diversos veículos de mídia;
- e)** agenciamento, intermediação e veiculação perante os diversos veículos de mídia;
- f)** desenvolvimento de estratégias e ações de marketing de acordo com a demanda do CFN e as especificidades da área.

#### 2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

**2.1.** Poderão participar da licitação as empresas que tenham objeto social compatível com o objeto da licitação, ou seja, as agências de propaganda desde que:

**2.1.1** atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos, em original ou por qualquer processo de cópia autenticada em Cartório de Notas e Ofício competente ou por Membro da Comissão de Licitação, à vista dos originais.

**2.1.2.** Não estejam sob falência, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, em dissolução, em liquidação, consórcios de empresas, e não sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**2.1.3.** Não tenham sido declaradas inidôneas por qualquer órgão da Administração Pública, direta ou indireta, federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal ou que estão suspensas ou impedidas de licitar e contratar com o CFN;

**2.2.** Não poderão se beneficiar do regime diferenciado e favorecido em licitações, concedido às microempresas e empresas de pequeno porte, pela Lei Complementar nº 123/2006, as empresas que se enquadrarem em qualquer das exclusões relacionadas no § 4º, do art. 3º dessa Lei.

**2.3.** Informações sobre esta licitação serão prestadas pela Comissão de Licitação do CFN, desde que as solicitações tenham sido recebidas até 5 (cinco) dias antes da data prevista para a apresentação das propostas, mediante solicitação por escrito, pelo e-mail: [licitacao@cfn.org.br](mailto:licitacao@cfn.org.br) ou no Protocolo do CFN.

**2.4.** As respostas a consultas e os demais esclarecimentos serão divulgados pela Comissão de Licitação pela Internet, [www.cfn.org.br](http://www.cfn.org.br), no link “Licitações”, sem informar a identidade do consulente.

**2.5.** As questões de competência da Subcomissão Técnica serão a ela remetidas pela Comissão de Licitação e por meio desta respondidas com os dados técnicos recebidos.

**2.6.** A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua proposta perante a Subcomissão Técnica quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº 01).

**2.7.** As licitantes interessadas deverão acessar periodicamente o endereço eletrônico indicado no item 2.4 para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

### 3. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

**3.1.** Os documentos e propostas deverão ser formulados em conformidade com o disposto no Projeto Básico (Anexo I).

### 4. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

**4.1.** Serão realizadas quatro reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital, e respectivos anexos, e na legislação em vigor.

**4.2.** Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos Envelopes com as propostas técnicas e de preços.

**4.3.** Todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) Nas sessões de abertura de Envelopes;
- b) No Diário Oficial da União;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**c)** Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

### PRIMEIRA SESSÃO

**4.4.** A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

**a)** Exame das Cartas de Credenciamento (Anexo III) e os documentos de identidade, retendo as primeiras para posterior juntada aos autos do processo licitatório.

**a.1)** Caso o preposto da licitante não seja seu representante legal ou estatutário, o credenciamento será feito por intermédio de procuração pública ou particular (esta com firma reconhecida e acompanhada dos documentos que comprovem a legalidade da outorga de poderes), com, no mínimo, os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III.

**a.2.)** A ausência de documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação e de entregar a documentação solicitada, mas ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento, até que seja apresentado o documento competente.

**a.3.)** A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser credenciado novo representante, nos mesmos termos acima.

**b)** Receber os envelopes nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

**c)** Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

**4.4.1.** O Envelope nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitação se:

**a)** Não estiver identificado;

**b)** Não apresentar marca sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2;

**c)** Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 2.

**4.4.1.1.** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas do item anterior, a Comissão de Licitação não receberá o Envelope nº 1, o que também a impedirá de receber os demais Envelopes da mesma licitante.

**4.4.2.** A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**a)** Rubricar, no fecho, sem abri-los, os Envelopes nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Envelopes nº 1 e nº 3;

**b)** Retirar e rubricar o conteúdo dos Envelopes nº 1;

**c)** Abrir os Envelopes nº 3 e rubricar seu conteúdo;

**d)** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Envelopes nº 1 e nº 3.

**4.4.3.** Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Envelopes nº 1 e nº 3, a Comissão de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus Envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**4.4.4.** Excetuando-se as rubricas dos membros da Comissão de Licitação, esta não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Envelopes nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea “b” do subitem 4.4.2.

**4.4.5.** Abertos os Envelopes nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitação.

**4.4.6.** Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Licitação pertinente à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 4.3, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos.

**4.4.7.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

**a)** encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

**b)** elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**c)** encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Envelopes nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**d)** análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

**e)** elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

**4.4.8.** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitação convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública.

### SEGUNDA SESSÃO

**4.5.** A segunda sessão pública terá a seguinte pauta básica:

**a)** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

**b)** Abrir os Envelopes nº 2;

**c)** Cotejar as vias não identificadas (Envelope nº 1) com as vias identificadas (Envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária para identificação de sua autoria;

**d)** Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

**e)** Proclamar o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas;

**f)** Informar sobre a publicação e prazo para recurso do julgamento geral das Propostas Técnicas.

**4.5.1.** Além das demais atribuições aqui previstas, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas se solicitado pela Comissão de Licitação.

**4.5.2.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública.

### TERCEIRA SESSÃO

**4.6.** A terceira sessão pública terá a seguinte pauta básica:



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- a)** Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** Abrir os Envelopes nº 4 com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c)** Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 4;
- d)** Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e)** Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f)** Efetuar com a licitante mais bem classificada na fase de Proposta Técnica, caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço, a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g)** Adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecidas a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h)** Declarar como vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a licitante que:
  - h1)** Tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a proposta de menor preço; ou
  - h2)** Tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i)** Informar sobre a publicação e o prazo para recurso da Proposta de Preço e do julgamento final das propostas.

**4.6.1.** Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem anterior apenas os preços sujeitos a valoração.

**4.6.2.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes para participar da quarta sessão pública.

**4.6.3.** Os Documentos de Habilitação (quarta sessão) serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

### QUARTA SESSÃO

4.7. A quarta sessão pública terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os Envelopes nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Envelopes nº 5;
- e) Informar sobre o resultado da habilitação, a publicação e o prazo de recurso do resultado da habilitação, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993.

### 5. ADJUDICAÇÃO

5.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, os serviços de publicidade, objeto da presente licitação, serão adjudicados à primeira classificada.

5.2. A Adjudicatária terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, para apresentar a documentação legal e assinar o contrato.

5.2.1. Esse prazo, a requerimento da Adjudicatária e a critério exclusivo do CFN, poderá ser prorrogado uma vez, por igual período.

5.3. A Adjudicatária, não assinando o contrato nem apresentando relevantes razões para não o fazer, sujeitar-se-á às sanções previstas nos artigos 81, 86, 87 e 88 da Lei nº 8.666/93 e no item 10 deste Edital, assegurada a ampla defesa.

5.4. Fica facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados conforme o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei n. 8.666/93.

### 6. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**6.1.** As decisões da Comissão de Licitação são passíveis de recursos, nos termos da legislação aplicável, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação ou da ciência do ato.

**6.2.** O recurso será dirigido à Presidente da Comissão, que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, poderá retratar-se ou encaminhar o recurso à autoridade competente com as devidas justificações. A autoridade julgará o recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento.

**6.3.** Não serão aceitos recursos enviados por e-mail ou após o decurso do prazo legal.

## **7. DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

**7.1.** As obrigações das partes estão dispostas no instrumento contratual (Anexo VIII).

## **8. DA FISCALIZAÇÃO E CONTROLE**

**8.1.** As regras relativas a fiscalização e controle encontram-se disciplinadas no instrumento contratual (Anexo VIII).

## **9. DO PAGAMENTO**

**9.1.** As condições de pagamento observar-se-ão as disposições constantes do contrato (Anexo VIII deste Edital).

## **10. DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLEMENTO**

**10.1.** Em caso de descumprimento das obrigações contraídas neste instrumento, a Contratada ficará sujeita às penalidades previstas nas Seções I e II, do Capítulo IV, da Lei nº 8.666/93, artigos 81, 86, 87 e 88, a critério da autoridade competente, na seguinte forma:

**10.1.1** - Advertência;

**10.1.2** - Multa, nas seguintes condições:

**a)** 0,05% (cinco centésimos por cento) calculados sobre o valor total do Contrato, incluindo-se os aditamentos por dia que exceder a data de conclusão de cada etapa dos serviços, conforme previsto na ordem de serviço específica;

**b)** 5% (cinco por cento) calculados sobre o valor total do contrato, incluídos os aditamentos, no caso de desobediência de ordens escritas ou infringências de qualquer cláusula ou condição contratual para a qual não esteja prevista multa especial ou, ainda, no caso de reincidência de atraso especificado na alínea anterior;

**c)** 5% (cinco por cento) calculados sobre o valor total do contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à Contratada;

**d)** 5% (cinco por cento) calculados sobre o valor total do contrato, na hipótese da recusa injustificada em assinar o contrato;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**10.1.3.** Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o CFN por prazo não superior a 2 (dois) anos;

**10.1.4.** Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o CFN, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir o CFN dos prejuízos causados e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

**10.1.5.** As sanções serão aplicadas pelo(a) Presidente do CFN ou por quem este(a) delegar.

**10.2.** Em qualquer caso, garantir-se-á à Contratada a ampla defesa.

### **11. DA RESCISÃO DO CONTRATO**

**11.1.** Poderá ocorrer a rescisão do contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente Licitação, nos termos dos artigos 77 a 80 da Lei nº 8.666/93.

**11.2.** Configurada a rescisão do contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga, expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza.

**11.3.** Havendo rescisão do contrato, o CFN pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pelo(a) Coordenador(a) da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor do CFN.

### **12. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**12.1.** A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade de informações, declarações e documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

**12.2.** A licitante que apresentar informações, declarações ou documentos falsos responderá por seus atos civil, penal e administrativamente.

**12.3.** O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que sejam possíveis a aferição da sua qualificação e a exata compreensão de sua proposta.

**12.4.** Na análise das propostas comerciais, poderá a Comissão de Licitação desconsiderar erros materiais e evidentes falhas formais sanáveis que não afetem o seu conteúdo.

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



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**12.6.** A Comissão de Licitação poderá relevar omissões puramente formais, nos documentos e propostas apresentadas pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela comissão.

**12.7.** Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, pelo e-mail [licitacao@cfn.org.br](mailto:licitacao@cfn.org.br), e será dado conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes por meio do site do CFN.

**12.8.** O Conselho Federal de Nutricionistas poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito fundamentado.

**12.9.** O foro eleito para apreciação de quaisquer questões judiciais resultantes deste Edital é o da circunscrição judiciária de Brasília-DF.

**12.10.** Os recursos para custeio das despesas decorrentes do objeto desta licitação ocorrerão por conta da dotação orçamentária nº 6.2.2.1.1.01.04.04.027 do Plano de Contas do CFN no exercício de 2014 e nos exercícios seguintes, correção à conta das Dotações Orçamentárias próprias.

**12.11.** Integram este Edital os seguintes anexos:

Anexo I – Projeto Básico;

Anexo II – Briefing;

Anexo III – Modelo de Carta de Credenciamento;

Anexo IV - Modelo de Declaração de Aceitação das Condições de Licitação e Submissão às Disposições Legais;

Anexo V - Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos;

Anexo VI - Termo de Retirada de Edital;

Anexo VII – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo VIII – Minuta do Contrato.

Brasília (DF), 24 de outubro de 2014.

**RITA FRANÇA DA SILVA**  
**Coordenadora da Comissão de Licitação**



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**CONCORRÊNCIA CFN nº 2/2014  
ANEXO I**

**PROJETO BÁSICO**

**1. DO ORGÃO INTERESSADO E DA LOCALIZAÇÃO**

1.1. Órgão Interessado: Conselho Federal de Nutricionistas (CFN);

1.2. Localização: SRTVS, Quadra 701, Conjunto L, nº 30, Bloco II, Sala 406, Centro Empresarial Assis Chateaubriand, Brasília (DF). CEP 70340-906. Fone: 3225-6027. E-mail: [licitacao@cfn.org.br](mailto:licitacao@cfn.org.br). Site: [www.cfn.org.br](http://www.cfn.org.br).

**2. ÁREAS INTERESSADAS**

2.1. Diretoria do Conselho Federal de Nutricionistas;

2.2. Coordenação da Unidade de Imprensa e Comunicação.

**3. RESPONSÁVEL PELO PROJETO BÁSICO**

3.1. Maria do Socorro Aquino Custódio – Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação.

**4. OBJETO**

4.1. Constitui objeto desta licitação a prestação de serviços de publicidade compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição, aos veículos e demais meios de divulgação, de publicidade de competência da Diretoria e da Unidade de Comunicação e Imprensa do CFN, pelo período de 12 (doze) meses, renováveis até os limites permitidos no art. 57, inciso II da Lei nº 8.666, de 1993, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing.

**5. FUNDAMENTO LEGAL**

5.1. A contratação do serviço objeto desse termo tem amparo legal na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas atualizações, na Lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações, bem como nas condições estabelecidas neste Projeto Básico e no Edital.

**6. DESCRIÇÃO DO SERVIÇO**

6.1. Constitui objeto desta licitação a prestação de serviços de publicidade de competência da Diretoria e da Unidade de Comunicação e Imprensa do CFN, pelo



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

período de 12 (doze) meses, renováveis até os limites permitidos no art. 57, inciso II da Lei nº 8.666, de 1993, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing, compreendendo:

- a) estudo, concepção, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias para divulgação;
- b) planejamento, desenvolvimento e execução de ações promocionais;
- c) elaboração de marcas, logotipos, peças publicitárias e expressões de propaganda;
- d) assessoramento das ações de comunicação nos diversos veículos de mídia;
- e) agenciamento, intermediação e veiculação perante os diversos veículos de mídia;
- f) desenvolvimento de estratégias e ações de marketing de acordo com a demanda do CFN e as especificidades da área.

### **7. BRIEFING**

7.1. O Briefing, com as informações suficientes para que os interessados elaborem as propostas, consta do Anexo II do Edital.

### **8. DAS PROPOSTAS**

8.1. Os interessados deverão habilitar-se ao processo licitatório, perante a Comissão de Licitação, na data, horário e local indicados no preâmbulo, apresentando 4 (quatro) envelopes opacos e devidamente lacrados. Três deles serão rubricados no seu fecho. Um deles (Envelope nº 1), será obrigatoriamente fornecido pelo CFN, quando da aquisição deste Edital, e deverá ser apenas lacrado, obedecendo as disposições abaixo:

**a) Envelope N º 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – NÃO IDENTIFICADO**

**LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 002/2014**

**OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”**

a.1) Este envelope será fornecido exclusivamente pelo CFN quando da aquisição do Edital e contrarrecibo; não poderá ser identificado, para preservar, até a abertura do Envelope nº 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia). Será vedado à licitante apresentar, em sua parte externa e em todo seu conteúdo, a colocação de qualquer tipo de símbolo, marca, nome ou outro meio qualquer que a identifique.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**a.1.1)** Os Envelopes padronizados, contendo a via não identificada do Plano de Comunicação, só serão recebidos pela Comissão de Licitação se não apresentarem rubrica, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

**a.1.1.2.)** os Envelopes padronizados deverão ser retirados pela licitante de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 18h, desde a data de publicação do edital até o dia imediatamente anterior ao da abertura da licitação no SRTVS Q. 701, Edifício Assis Chateaubriand, bloco 2, sala 406, Brasília-DF.

**a.2)** O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser datado, com páginas numeradas sequencialmente.

**a.3)** Os exemplos de peças relativos à Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do Envelope nº 01.

**a.4)** O Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado - deverá ser redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel A4, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre as linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único;
- grampeado;
- sem identificação da licitante.

**a.5)** As especificações do subitem acima aplicam-se, no que couber, ao subquesto Ideia Criativa.

**a.6)** As tabelas, gráficos e planilhas referentes à Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

**a.7)** A inobservância das instruções acarretará a desclassificação da licitante.

### **b) Envelope Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – IDENTIFICADO**

**LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 002/2014**

**OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”**

**RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE.**



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**b.1)** O Envelope nº 02 deverá ser providenciado pela proponente e deverá possuir exatamente as medidas e características físicas do Envelope nº 1, a ser fornecido pelo CFN, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e aos documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

**b.2)** O Plano de Comunicação Publicitária - Identificado deverá ser redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel com o timbre da empresa, endereço completo, número de telefone e e-mail.

**b.3)** O Plano de Comunicação Publicitária – Identificado, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Não Identificado, mas com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**b.4)** O Plano de Comunicação Publicitária – Identificado deverá ser numerado, sequencialmente, podendo o número vir ao lado direito e inferior da página, contendo ao final o Termo de Encerramento, com a paginação de início e término dos documentos contidos em cada envelope.

### **c) Envelope Nº 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

#### **LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 002/2014**

**OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”**

#### **RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE.**

**c.1)** O Envelope nº 03 deverá ser providenciado pela proponente, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e aos documentos nele constantes até a data de sua abertura.

**c.2)** Os documentos a serem inseridos neste envelope deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel com o timbre da empresa, endereço completo, número de telefone e e-mail.

**c.3)** Os documentos do Envelope nº 3 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Não identificado e que permita a identificação da autoria desta antes da abertura do Envelope nº 02.

**c.4)** Os documentos do Envelope nº 03 deverão ser numerados, sequencialmente, podendo o número vir ao lado direito e inferior da página, contendo ao final o Termo de Encerramento, com a paginação de início e término dos documentos contidos em cada envelope.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

### **d) Envelope Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS**

**LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 002/2014**

**OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”**

#### **RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE.**

**d.1)** O Envelope nº 04 deverá ser providenciado pela proponente, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e aos documentos nele constantes até a data de sua abertura.

**d.2)** Os documentos a serem inseridos neste Envelope (Planilha de Preços e Declarações dos itens 10.1.2 e 10.1.3) deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel com o timbre da empresa, endereço completo, número de telefone e e-mail, e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente ou por seu procurador legalmente constituído na forma de seus atos constitutivos.

**8.2.** Os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e Nº 04 serão entregues por representante da licitante, credenciado por meio de "Carta de Credenciamento", conforme modelo constante do Anexo III.

### **9. DA PROPOSTA TÉCNICA**

**9.1.** A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes nº1, nº2 e nº3, na forma prevista no item 8 e subitens, e deverá atender aos requisitos abaixo:

#### **9.1.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - NÃO IDENTIFICADO – ENVELOPE Nº 1**

**9.1.1.1.** Para efeito de avaliação, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada de acordo com o Briefing, **com verba de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e duração de 30 (trinta) dias.**

**9.1.1.2.** As peças que integram o Plano de Comunicação Publicitária - Não Identificado deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do Envelope nº 1, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente envelope.

**9.1.1.3.** O Plano de Comunicação Publicitária - Não Identificado, desenvolvido pela licitante com base no Anexo II do Edital - Briefing, deverá compreender os seguintes subquesitos:

#### **I - Raciocínio Básico:**

**a)** texto em até 2 (duas) laudas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing.

#### **II – Estratégia de Comunicação Publicitária:**





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**a)** texto em até 2 (duas) laudas, em que a licitante apresentará e defenderá o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação;

**b)** apresentará e defenderá os principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

### III - Ideia criativa:

**a)** texto em que a licitante se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do CFN;

**b)** como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 2 (duas) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, *story-board* impresso, ou “monstro” de peça de internet ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação tradicional proposto pela licitante; se apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite citado neste.

### IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

**a)** texto com até 2 (duas) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha;

**b)** na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação; a inclusão de tabelas não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado;

**c)** simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 2 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos, o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de mídia e de não mídia separadamente;

**d)** em relação à Estratégia de Não Mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça;

**e)** na simulação do plano de distribuição das peças, prevista na letra “c” do item acima:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**e1)** os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

**e2)** deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;

**e3)** devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**9.1.2. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – IDENTIFICADO – ENVELOPE Nº 2**

**9.1.2.1** O Envelope nº 2 deverá ser apresentado conforme item 8.1, alínea “b”, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, nas mesmas dimensões do Envelope nº 1, contendo os mesmos quesitos acima, de igual teor e forma, mas sem os exemplos de peças relativas à Ideia Criativa.

**9.1.3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE Nº 3**

**9.1.3.1.** Deverá ser apresentada na forma do item 8.1, alínea “c”, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras.

**9.1.3.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**

**9.1.3.2.1.** Será feita mediante a apresentação de declaração elaborada pela licitante, contendo os seguintes dados:

**I** - relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços;

**II** - a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

**III** - as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

**IV** - a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

**V** - a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição do CFN, sem ônus adicional, durante a execução do contrato;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**VI** - comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da Licitação, mediante apresentação de declaração/atestado de experiência anterior similares ao objeto desta concorrência, fornecida por cliente que tenha sido ou esteja sendo atendido pela licitante e por declaração/atestado de veículos de comunicação, entre eles um de televisão, um de portal de internet, um de rádio e um de jornal ou revista, com informações quanto ao desempenho da Licitante nas relações com os veículos declarantes;

**VII** - comprometimento de, caso venha a ser declarada vencedora do certame, possuir escritório na cidade de Brasília, seja próprio ou em parceria com terceiros, e estrutura mínima de atendimento ao CFN quanto ao objeto da licitação, subscrito por representante legalmente habilitado da Licitante.

### 9.1.3.2. REPERTÓRIO

**I** - apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

**II** - Poderão ser apresentadas até três peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica, todas veiculadas ou expostas a partir de 2007;

**III** - Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção ao veículo que a divulgou;

**IV** - Os vídeos, spots e/ou jingles poderão ser fornecidos em DVD ou CD; as peças de internet, em CR-ROM ou CD-ROM com simulador de navegação; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura;

**V** - As peças apresentadas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo CFN.

### 9.1.3.3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

**I** - deverão ser apresentados até dois cases veiculados ou expostos a partir de 2007 e com o visto/carimbo do cliente, identificando cargo e nome do declarante, relatando, em no máximo 2 (duas) laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendadas pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 3 (três) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica, para cada relato, fornecidas conforme estabelece o inciso III do item 9.1.3.2. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas o CFN.

**9.1.3.4.** As peças que integram o item 9.1.3.2 devem ser adaptadas às dimensões do Envelope nº 3, desde que inviolável quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

**9.1.3.5.** A critério do CFN, as campanhas publicitárias da Proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

### **10. DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 4**

**10.1.** A Proposta de Preços deverá conter os seguintes documentos, assinados por quem detenha poderes para representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados e conforme item 8.1, alínea “d”:

**10.1.1.** PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, devendo ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo VII.

**10.1.2.** DECLARAÇÃO NA QUAL A LICITANTE ESTABELECE OS PERCENTUAIS MÁXIMOS PAGOS PELO CFN, indicando nome ou razão social do Licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, endereço de e-mail, bem como assinatura, nome do representante, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa:

**I** - a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

**II** - aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

**10.1.3.** DECLARAÇÕES RELATIVAS À QUESTÃO DOS DIREITOS AUTORAIS, estabelecendo:

**I** - A cessão, total e definitiva, dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

**II** - O compromisso de, em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o CFN escolha uma das opções;

**III** - Que, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de 12 (doze) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;



#### CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**IV** - O compromisso, quando o CFN optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros para a produção de peças, campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

**a)** Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e os demais trabalhos assemelhados;

**b)** Estabeleçam que o CFN poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou a sua eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

**V** - Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado ou total e definitiva;

**VI** - O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direitos de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

**VII** - O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

**a)** Que será entregue ao CFN uma cópia finalizada, em CD e/ou DVD, de todo material produzido;

**b)** A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao CFN, que poderá, a seu critério, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que caiba ao CFN qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

**c)** Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção;

**d)** O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas nos itens I e II do subitem 10.1.2 e 10.1.3, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CFN.

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

**10.3.** A Proposta de Preços deverá conter declaração do prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data de sua apresentação.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**10.4.** A prestação de informações inverídicas ensejará a desclassificação automática da proposta.

**10.5.** É facultado à Comissão de Licitação, durante a fase de julgamento das propostas, o direito de solicitar esclarecimentos adicionais, bem como promover diligências a fim de assegurar o fiel cumprimento das condições propostas.

### **11. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 5**

**11.1.** Os documentos de habilitação, **Envelope nº 5**, serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 11, § 4º, Inciso XI da Lei 12.232/2010.

**11.2.** A contratação da licitante vencedora nos quesitos julgamento técnico e de preços, somente se fará mediante a apresentação completa dos documentos (em vigor na data da sessão de sua análise), em cópias autenticadas por tabelionato de notas, a seguir descritos:

#### **11.2.1. ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES**

**11.2.1.1.** Declaração de aceitação das condições do Edital, e de submissão às exigências legais, bem como de responsabilidade pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentadas, conforme Modelo constante no Anexo IV, do Edital.

#### **11.2.2. DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**I)** Cédula de identidade dos representantes legais da licitante;

**II)** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado nos órgãos competentes (junta comercial ou cartório de registro de pessoas jurídicas) acompanhada de suas alterações ou apresentada em sua forma consolidada, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

**III)** Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

**IV)** Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

**V) Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.**

**11.2.2.1.** Os documentos acima citados deverão ter dentre seus objetivos sociais as atividades típicas e exclusivas da propaganda e como tal definidas na Lei 4.680/65, no seu Decreto Regulamentador nº 57.690/66.

#### **11.2.3. DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À REGULARIDADE FISCAL:**



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- I)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, do Ministério da Fazenda.
- II)** Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede da empresa, pertinente a seu ramo da atividade e compatível com o objeto da Licitação.
- III)** Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal: “Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União”, emitida pela Secretaria da Receita Federal ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional.
- IV)** Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual: “Certidão Negativa de Débito ou equivalente emitida pela Secretaria de Estado da Fazenda”;
- V)** Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal: “Certidão Negativa de Débito ou equivalente emitida pelo município sede ou domicílio da licitante”.
- VI)** Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.
- VII)** Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho – TST.

### **11.2.4. DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:**

- I)** CERTIDÃO NEGATIVA DE FALÊNCIA OU RECUPERAÇÃO JUDICIAL, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data de expedição não superior a 30 (trinta) dias, quando não houver prazo de validade expresso no documento;
- II)** Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, observado o seguinte:
  - a)** Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis, encerrados há mais de 3 (três) meses anteriores à data marcada para a abertura da licitação, poderão ser atualizados pela variação “*pro-rata tempore*” do IGP-M.
  - b)** A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço patrimonial e demonstrações contábeis encerradas, deverá substituir a exigência de que trata a alínea “b” do item 11.2.4 por demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência.
  - c)** A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio de avaliação, conforme o caso:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**c1)** do balanço referido na alínea “b”, inciso III, do item 11.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}} > 1$$

Ativo Total

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}} > 1$$

Ativo Circulante

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} > 1$$

**c2)** das demonstrações contábeis referidas alínea “b”, inciso III, do item 11.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme a fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1):

Ativo Total

$$\text{S} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}} > \text{ou} = 1$$

**d)** Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b”, inciso III, do item 11.2.4 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

**e)** A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a”, ou menor que 1 (um) no cálculo do índice referido na alínea “b”, ambas do inciso III, do item 11.2.4, deverá incluir no Invólucro nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), valor esse equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da verba de publicidade a ser aplicada na futura contratação.

**11.2.5.** A licitante deverá apresentar expressamente declaração de que: não está impedida de contratar a Administração Pública, Direta e Indireta; que não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera; que não existe fato impeditivo da habilitação; que não possui proprietários titular de mandato eletivo e que não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição, conforme modelo constante do Anexo V do Edital.

**11.2.6.** Os documentos jurídico-fiscais e econômico-financeiros que dependem de prazo de validade, e que não o contenha especificado em seu corpo, em Lei ou no Edital,





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

somente serão considerados aceitáveis se expedidos, **no máximo, até 60 (sessenta) dias anteriores à data de assinatura do Contrato.**

### **12. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

**12.1.** As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas pela Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos Envelopes nº 1 e nº 3, de caráter público, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e em seus Anexos.

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

#### **PLANO DE COMUNICAÇÃO**

##### **RACIOCÍNIO BÁSICO – 20 pontos**

Texto de até 2 (duas) laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre o CFN e entendimento:

- a) Das características do CFN e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CFN com seus públicos;
- c) Do papel do CFN no atual contexto sociopolítico, econômico e ambientalmente sustentável;
- d) Do problema específico de comunicação do CFN.

##### **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO – 20 pontos**

Texto de até 2 (duas) laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do CFN.

- a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e características do CFN, conforme Briefing.
- b) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do CFN com seus públicos.
- c) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do CFN.
- d) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.

##### **IDEIA CRIATIVA – 20 pontos**

Síntese em até 2 (duas) laudas da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- a) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pelo CFN e sua inserção na sociedade.
- b) Adequação ao problema específico de comunicação do CFN.
- c) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos de comunicação do CFN.
- d) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.
- f) A forma como se apresenta e será concretizada por meio de formatos e produtos de comunicação.
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.
- h) A exequibilidade das peças.
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

### **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 15 pontos**

Texto de até 2 (duas) laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no Briefing.

- a) Conhecimento do perfil e das preferências dos segmentos de público prioritários.
- b) Capacidade analítica evidenciada no exame do perfil e das preferências.
- c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.
- d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação do CFN.
- e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças.
- f) Otimização da mídia massiva, segmentada, alternativa e social.

### **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 10 pontos**

Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais; e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.

- a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, também considerada, nesse caso, a quantificação dos quadros técnicos.
- b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.
- c) A relevância e a utilidade das informações de comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do CFN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.
- d) A operacionalidade do relacionamento entre o CFN e a Licitante, esquematizada na Proposta.

### **REPERTÓRIO – 10 pontos**

Peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver.

- a) Ideia criativa e sua pertinência.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- b) Clareza da exposição do problema publicitário.
- c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.
- d) Relevância dos resultados apresentados.
- e) Qualidade da execução do acabamento.

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 5 pontos**

*Case histories* formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.

- a) Concatenação lógica da exposição.
- b) Evidência de planejamento publicitário.
- c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.
- d) Relevância dos resultados apresentados.
- e) Qualidade da execução do acabamento.

**12.3.** A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão concedida à Proposta Técnica.

**12.3.1.** A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

**12.3.1.1.** Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

**12.3.1.1.1.** Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

**12.4.** Será desclassificada a Proposta que:

- I - Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- II - Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- III - Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem o item 12;
- IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93.

**12.5.** Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

**12.6.** Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**12.7.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na imprensa oficial e/ou outro de ampla e comprovada divulgação.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

### 13. DA PROPOSTA DE PREÇO

**13.1.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico, Edital e em seus anexos.

**13.2.** A avaliação das PROPOSTAS DE PREÇO das classificadas tecnicamente se fará com atribuição de um máximo de 100 pontos, obtido conforme a seguir:

a) 100 (cem) pontos a proposta que oferecer maior percentual de desconto, incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal”, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$$P = \frac{100 \times \text{VNPDP}}{\text{VNMPDP}} =$$

**onde:**

P = Pontuação

VNPDP = Valor Numérico do Percentual de Desconto Proposto.

VNMPDP = Valor Numérico do Maior Percentual de Desconto Proposto.

**13.3.** Serão desclassificadas as propostas que:

**13.3.1.** Não atenderem as disposições contidas nesta licitação;

**13.3.2.** Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

**13.3.3.** Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

**13.3.4.** Serão desclassificadas licitantes que apresentarem **percentual de desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre os custos internos**, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal.

### 14. DA CLASSIFICAÇÃO

**14.1.** O julgamento obedecerá ao critério de Técnica e Preço, nos termos do § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei n. 8.666/93, combinado com o § 1º, Inciso I e § 2º, Inciso I, e II, do art. 46 da mesma Lei.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**14.2.** A classificação das Licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO, cujo cálculo da Nota Final – NF obedecerá a seguinte fórmula:

$$NF = \frac{(NPT \times 8,0) + (NPP \times 2,0)}{10} \text{ onde:}$$

NF = Nota Final.

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

**14.3.** A classificação das Licitantes far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais, sendo declarada vencedora a Empresa que obtiver maior Nota Final.

**14.4.** Serão desclassificadas as Propostas que não atenderem as condições estipuladas no art. 48, da Lei Nº 8.666/93.

**14.5.** O critério de desempate nesta Licitação será feito conforme previsto no § 2º, do art. 45, da Lei Nº 8.666/93 e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

**14.6.** A Comissão de Licitação deverá comunicar o resultado por qualquer meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da informação pelas licitantes.

**14.7.** Do resultado, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

**14.8.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgado os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação do envelope 5, na data, horário e local designados, sob pena de desclassificação se não o fizerem.

**14.9.** No local, data, e horário estabelecidos, a Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, receberá os envelopes de nº 5 e os abrirá para análise de sua conformidade com as condições estabelecidas nesta licitação.

**14.10.** Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final, atenderem quanto ao exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

**14.11.** Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes de nº 5 das demais licitantes classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios e que atendam ao exigido, que será então, declarada vencedora do certame.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**14.12.** A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do artigo 11, inciso XIII da lei 12.232/2010.

**14.13.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no artigo 11, inciso XIV da lei 12.232/2010.

### **15. DO RECEBIMENTO DOS TRABALHOS**

**15.1.** As atividades ou projetos concluídos serão recebidos pela Coordenação da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, ficando a Contratada responsável por qualquer ajuste que se fizer necessário aos trabalhos.

**15.2.** O objeto do Contrato será recebido nos termos do Inciso I, alínea b, do art. 73 da Lei nº 8.666/93.

### **16. LOCAL, DATA E ASSINATURA**

Brasília, de outubro de 2014.

Maria do Socorro Aquino Custódio  
Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO II**

**CONCORRÊNCIA CFN Nº 02/2014**

**BRIEFING**

**CFN – Campanha Nacional de valorização do nutricionista e do técnico em Nutrição e Dietética**

O Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) foi criado pela Lei nº 6.583, de 20 de outubro de 1978, e regulamentado pelo Decreto nº 84.444, de 30 de janeiro de 1980. É uma autarquia sem fins lucrativos, de interesse público, com poder delegado pela União para normatizar, orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício e as atividades da profissão de nutricionista em todo o território nacional. É um órgão central do Sistema CFN/Conselhos Regionais de Nutricionistas (CRN). O CFN conta hoje com 10(dez) CRN, com sedes em Brasília, Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Belém, Belo Horizonte, Florianópolis e Curitiba.

**MISSÃO DO CFN**

Contribuir para a garantia do direito humano à alimentação adequada, fiscalizando, normatizando e disciplinando o exercício profissional do nutricionista e do técnico em Nutrição e Dietética para uma prática pautada na ética e comprometida com a segurança alimentar e nutricional em benefício da sociedade.

**OBJETIVOS**

O CFN possui como um de seus objetivos, expressos nos projetos do Planejamento Estratégico e Situacional (2012-2015), a valorização da profissão do nutricionista e do técnico em Nutrição e Dietética, promovendo ações dirigidas a população e aos próprios profissionais, tendo por escopo a promoção da alimentação saudável e adequada e da segurança alimentar e nutricional da população, despertando nos nutricionistas e nos técnicos a importância de se adotar condutas em defesa e de respeito à sustentabilidade dos meios de produção (agricultura familiar; agroecologia, alimentos sem agrotóxicos; alimentos não transgênicos e outros); no gerenciamento de resíduos sólidos; no ambiente de trabalho, visando a sensibilização do indivíduo e do coletivo. É fundamental que o nutricionista e o técnico reconheçam a sua importância para o desenvolvimento sustentável do processo produtivo – desde o plantio dos alimentos até o seu consumo.

Os desafios associados a estas propostas e que deverão ser trabalhados nas campanhas, incluem o comprometimento dos profissionais com o desempenho competente de suas atribuições e com as causas da categoria, em especial a Segurança Alimentar e Nutricional e a sustentabilidade; como consequência espera-se que tais profissionais possam ser socialmente reconhecidos como referência técnica da área de alimentação e nutrição, tanto para os demais profissionais da área da saúde, como para os gestores de programas públicos que atuam nessa área e para a sociedade.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

A missão do CFN, que expressa a sua responsabilidade social, deve se constituir em mensagem fortemente associada à prática dos nutricionistas e técnicos, sendo assim entendida pela categoria e reconhecida pela sociedade; dessa forma é possível favorecer o exercício do papel que lhes cabe na concretização de ações previstas nas políticas públicas que tratam de alimentação e nutrição, em benefício da saúde da população.

### **DESCRIÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

#### **CONCEITO**

O nutricionista é o profissional habilitado para intervir na segurança alimentar e nutricional individual e coletiva, de populações saudáveis e enfermas, atendendo às especificidades biológica, clínicas e sociais dos diferentes ciclos de vida, por meio da utilização de técnicas específicas de diagnóstico nutricional, como fundamento da prescrição dietética. Atua também na área de gerência de políticas, programas, projetos e serviços da área de alimentação e nutrição. A educação alimentar e nutricional é uma de suas atividades fundamentais e que exerce em todos os campos em que atua. O técnico em Nutrição e Dietética (TND), com formação de nível médio, exerce funções que auxiliam o nutricionista nesse trabalho.

#### **OBJETIVOS GERAIS**

- » Despertar a população para um processo de educação alimentar e aquisição de hábitos saudáveis, com segurança alimentar e nutricional, para o alcance de padrões desejáveis de qualidade de vida a partir da adoção de uma alimentação adequada e saudável. A ideia é fazer que, para isso, elas entendam a importância da atuação do nutricionista para a promoção da alimentação adequada e saudável.
- » Fomentar a transição dos métodos tradicionais de cultivo para produção de base ecológica e sustentável, isenta de agrotóxicos e adubos químicos, bem como a agricultura familiar.
- » Despertar nos nutricionistas e nos TND a importância do seu papel como profissionais fundamentais na promoção da alimentação saudável, sustentável e adequada e na melhoria da qualidade de vida da população.
- » Despertar nos nutricionistas e nos técnicos o interesse pelas ações desenvolvidas pelo CFN.
- » Despertar nos nutricionistas e nos técnicos a importância de exercerem suas profissões com responsabilidade socioambiental, a partir de ações sustentáveis como a coleta seletiva, a gestão de resíduos e os meios de produção.

#### **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

- » Mostrar os benefícios das habilidades dos nutricionistas e dos técnicos para a promoção da saúde e de uma alimentação saudável, sustentável e adequada.





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- » Dar visibilidade ao papel do nutricionista e do TND nesse processo.
- » Dar visibilidade à preocupação social do CFN em relação à saúde da população.
- » Estimular o nutricionista para ser multiplicador de conhecimento e orientações quanto à promoção da saúde e de uma alimentação saudável, sustentável e adequada.
- » Estimular a adesão do público às propostas do CFN.
- » Estimular a interação por meio das redes sociais.

### **PÚBLICO**

- » nutricionistas, TND e população.

### **ÁREA DE ATUAÇÃO DO CFN**

- » Todo o Brasil.
- » Número de nutricionistas e de técnicos em todo o País até abril de 2014: 115.000 profissionais
- » Verba disponível: R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

### **PRINCIPAIS AÇÕES E PRODUTOS**

#### **» CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS**

- Plano de mídia, abrangendo a utilização de veículos nacionais ou segmentados de acordo com o público a ser atingido.
- Criação de peças direcionadas a cada perfil de público de interesse do CFN.
- Datas a serem priorizadas: **27 de junho** – Dia do Técnico em Nutrição e Dietética; **31 de agosto** – Dia do Nutricionista e **16 de outubro** – Dia Mundial da Alimentação.

### **DADOS ADICIONAIS**

As informações sobre as habilidades do nutricionista são geralmente reducionistas e vários profissionais se autodenominam aptos a, por exemplo, prescrever dietas. Alguns chegam a prescrevê-las pela internet, sem o contato direto com o paciente.

Na mídia, o nutricionista tem tido papel de destaque quando o assunto é alimentação, mas a população ainda não o vê como referência para a melhoria da qualidade de vida através de uma alimentação adequada e equilibrada.

O nutricionista possui habilidades que podem promover a saúde ao contribuir para a prevenção de doenças crônicas não transmissíveis, como hipertensão, diabetes, anemia e obesidade.

O nutricionista precisa tornar-se referência em temas que envolvem a promoção da saúde, pois dispõe de mecanismos profissionais que atuam diretamente



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

na prevenção de doenças, como, por exemplo, a reeducação alimentar e nutricional e a segurança alimentar e nutricional desde a produção até o consumo dos alimentos. Pode possibilitar, também, que os indivíduos reconheçam nos meios de produção sustentáveis a melhor forma de adquirir e consumir alimentos saudáveis. O técnico é o seu auxiliar nessa trajetória.

O CFN desenvolve inúmeras ações, principalmente na esfera pública, que contribuem para a valorização dos nutricionistas e TND. No entanto, a categoria ainda não reconhece as atribuições dos conselhos.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO III  
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO**

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2014

À  
Comissão de Licitação  
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)  
REF: CONCORRÊNCIA nº 002/2014

Prezados Senhores:

Apresentamos o Senhor .....portador do documento de identidade nº.....e do CPF nº..... para representar esta Empresa na sessão de abertura dos envelopes de PROPOSTAS da Licitação na modalidade Concorrência nº 002/2014 e demais reuniões destinadas à “Contratação de pessoa jurídica de publicidade”, o qual está autorizado e apto a apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Nome e assinatura de representante legal da empresa

Nome e endereço da empresa  
CNPJ

**OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da Empresa**



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO IV**  
**MODELO DE DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE LICITAÇÃO E SUBMISSÃO ÀS DISPOSIÇÕES LEGAIS**

REF: CONCORRÊNCIA CFN nº 002/2014.

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação na modalidade Concorrência CFN nº 002/2014, destinada à “Contratação de pessoa jurídica de publicidade”, e que nos submeteremos às disposições regulamentares e legais sobre a Licitação, especialmente o § 1º, do art. 37, da Constituição da República de 1988, a Lei nº 8.666/93, a Lei 12.232/2010 e pelas normas que regem a atividade de Publicidade e Propaganda”.

Declaramos, ainda, que nos responsabilizamos pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentados para a presente Licitação.

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2014.

Nome e assinatura do representante legal da empresa

Nome e Endereço da Empresa  
CNPJ

**OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, devidamente preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado da empresa.**



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO V**  
**MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS**

REF: CONCORRÊNCIA nº 002/2014 –

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2014

À  
Comissão de Licitação  
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)

**D E C L A R A Ç Ã O**

Em cumprimento às determinações da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

- 1) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;
- 2) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera;
- 3) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;
- 4) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal/88.

Por \_\_\_\_\_ ser expressão da verdade, eu  
\_\_\_\_\_, representante legal desta  
empresa, firmo a presente.

Local e data \_\_\_\_\_

**Nome da Licitante** \_\_\_\_\_

**Assinatura do Representante Legal** \_\_\_\_\_



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO VI  
TERMO DE RETIRADA DE EDITAL**

REF: CONCORRÊNCIA nº 002/2014

Declaro ter retirado cópia integral do Edital da Concorrência nº 002/2014, que tem por objeto a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para o CFN.

Declaro ainda ter recebido, neste ato, o envelope padronizado citado no item 8.1, alínea "a" do Projeto Básico da Concorrência em referência.

Local e data

---

Nome, assinatura e CPF do responsável

DADOS CADASTRAIS:

Empresa

CNPJ Nº

Representante Legal

Endereço

Nº do fax

Nº do telefone

E-mail

**OBSERVAÇÃO: A falta do preenchimento e entrega deste Termo de Retirada exime a Comissão de Licitação da comunicação de eventuais esclarecimentos ou retificações ocorridas no instrumento convocatório.**



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO VII  
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2014.

À Comissão de Licitação  
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)  
REF: CONCORRÊNCIA nº 002/2014

Prezados Senhores,

Encaminhamos a V.Sas. nossa proposta para a prestação de serviços de publicidade ao CFN, objeto da Licitação na modalidade Concorrência nº 002/2014, tipo Técnica e Preço.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente desta Concorrência serão cobrados honorários de \_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento) incidentes sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na "Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal".

A proposta terá validade de ..... (.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de apresentação das Propostas.

O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Desde já declaramo-nos cientes de que o CFN procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa  
Endereço e CNPJ da Empresa



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO VIII  
MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO N° xx/2014	
<b>PROCESSO LICITATÓRIO:</b>	Concorrência CFN nº 002/2014
<b>ÁREA INTERESSADA:</b>	Presidência do Conselho Federal de Nutricionistas e Coordenação da Unidade de Imprensa e Comunicação.
<b>ATO DE AUTORIZAÇÃO:</b>	

**DAS PARTES:**

**I - CONTRATANTE: CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS**, entidade de fiscalização profissional, autarquia pública, criado pela Lei nº 6.583, de 20 de outubro de 1978, regulamentada pelo Decreto nº 84.444, de 30 de Janeiro de 1980, com sede no SRTVS Quadra 701 Centro Empresarial Assis Chateaubriand Bloco II Sala 406 - Brasília DF, CNPJ nº 00.579.987/0001-40, representado neste ato pelo Presidente, xxxx brasileiro, xxxx, portador da Carteira de Identidade nº xxxx expedida pela xxxx, CPF nº xxxx, e pela Tesoureira xxxx, portador da Carteira de Identidade nº xxxx, expedida pela xxxx e do CPF nº xxxx, doravante designado **CFN** ou **CONTRATANTE** e

**II – xxxxxx**, inscrita no CNPJ sob o nº xxx, com sede em xxx, representada neste ato por representante legal xxx, portador(a) da Carteira de Identidade nº xxx, e do CPF/MF nº xxx, com endereço comercial na xxx, doravante designada **CONTRATADA**;

Resolvem celebrar o presente Contrato, mediante as cláusulas e condições a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - DA REGÊNCIA**

1.1 - O presente contrato tem por fundamento a Licitação realizada em ...../...../2014, na modalidade de **Concorrência nº 002/2014**, tipo **Técnica e Preço**, cujo Edital e Anexos, o integram, independentemente de transcrição.

1.2 - O presente Contrato será regido em total conformidade com a legislação pertinente, em especial pelo § 1º, do art. 37, da Constituição da República e pela Lei Nº 8.666/93, com as alterações posteriores, pela Lei 12.232/2010, pelas cláusulas e condições deste Edital e seus anexos e, ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei Nº 4.680, de 18.06.65, o Decreto Federal Nº 57.690, de 01/02/66.

**CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO**





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

2.1 - O objeto do presente é a Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços profissionais de publicidade ao CFN, nos termos do Edital da Concorrência CFN 02/2014.

2.1.1 – O CFN é o usuário dos serviços objeto deste contrato;

2.2.2 - Os serviços executados pela CONTRATADA serão de acordo com as orientações expedidas pela Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, a quem compete a definição dos critérios.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

3.1 - As despesas decorrentes da execução do presente Contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº 6.2.2.1.1.01.04.04.027 do Plano de Contas do CFN, no exercício de 2014.

3.2 - Para os exercícios subsequentes, correrão à conta das Dotações Orçamentárias próprias.

### **CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

4.1 - Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;

4.2 - Submeter à Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;

4.3 - Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha;

4.4 - Indicar, por escrito, um representante para em seu nome coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente Contrato;

4.5 - Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas previdenciários;

4.6 - Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de Ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações;

4.7 - Responder por eventuais danos causados à Contratante e a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

4.8 - Transferir para a Contratante os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive as peças publicitárias, respeitada a legislação pertinente;

4.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato, que não constem do preço proposto.

4.10 - Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto da Licitação, sob a supervisão e coordenação da Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN.

4.11 - Não será permitido dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização do CFN.

4.12 - Para bens e serviços de valor igual ou superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a contratação deverá seguir as seguintes regras:

a) A CONTRATADA deverá efetuar estimativa de preços para todos os serviços realizados por terceiros, submetendo ao CONTRATANTE, no mínimo, 3 (três) propostas detalhadas, com a indicação da mais adequada à sua execução;

b) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a indicação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), bem como a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

c) Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de regularidade fiscal e previdenciária das empresas;

d) Na impossibilidade de obtenção de três orçamentos, deverá ser apresentada justificativa, por escrito, que será submetida à aprovação da CONTRATANTE;

e) Recebidas as propostas, será realizada aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado;

f) A CONTRATADA responsabilizar-se-á por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração da estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pelo CONTRATANTE.

g) Deverão ser submetidos à aprovação prévia do CONTRATANTE todo e qualquer custo que ultrapasse o orçamento aprovado.

4.13 – Apresentar à CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação para pagamento devidamente acompanhados da demonstração do valor devido ao



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

4.14 – Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas para a CONTRATANTE, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

4.15 – Em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados. A infração ao disposto neste item, implicará na aplicação das sanções previstas no *caput* do artigo 87 da Lei 8.66/93;

4.16 - Manter escritório na cidade de Brasília, seja próprio ou em parceria com terceiros, e estrutura mínima de atendimento ao CFN, quanto ao objeto deste Contrato.

4.17 – Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações ora assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

### **CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

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

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

5.2 - A juízo do CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

5.3 - Compete à Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber, conferir e atestar as Notas Fiscais / Faturas referentes aos serviços prestados e encaminhá-los ao setor competente do CFN para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

5.4 - Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

### **CLÁUSULA SEXTA – DA FISCALIZAÇÃO E CONTROLE**

6.1 - À Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

6.2 - A Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN fará avaliação permanente da Contratada a cada trabalho concluído, antes da autorização para execução de novo serviço.

6.3 - A operacionalização dos serviços por parte da Contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

a) Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pela Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, com base na solicitação do CFN/Comissão de Comunicação;

b) O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de avaliação prévia e de aprovação pela Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, em conformidade com a "Tabela do Sindicato de Agências de Propaganda do Distrito Federal" e a proposta da Contratada;

b.1) O custo dos serviços de veiculação e aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos à avaliação prévia e aprovação da Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

c) A Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

6.4 - Caberá ainda à fiscal dos serviços:



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- a) Levar ao conhecimento da autoridade competente qualquer irregularidade fora de sua competência;
- b) Solicitar à CONTRATADA e seus prepostos, ou obter da Administração, tempestivamente, todas as providências necessárias ao bom andamento deste Contrato e anexar aos autos do processo correspondente cópia dos documentos escritos que comprovem essas solicitações de providências;
- c) Ordenar à CONTRATADA corrigir, refazer ou reconstruir as partes dos serviços executadas com erros, imperfeições ou em desacordo com as especificações;
- d) Encaminhar à Unidade Contábil os documentos que relacionem as importâncias relativas a multas aplicadas à CONTRATADA, bem como os referentes a pagamentos.

**Parágrafo 1º.** O acompanhamento e a fiscalização acima não excluirão a responsabilidade da CONTRATADA e nem conferirão ao CONTRATANTE, responsabilidade solidária, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades ou danos na execução do serviço contratado.

**Parágrafo 2º.** As determinações e as solicitações formuladas pelo representante do CONTRATANTE, encarregada da fiscalização do contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, ou nesta impossibilidade, justificadas por escrito.

**Parágrafo 3º.** Para a aceitação do objeto, a responsável pelo acompanhamento e fiscalização dos serviços, observará se a CONTRATADA cumpriu todos os termos constantes do Edital e seus anexos, bem como de todas as condições impostas no instrumento contratual.

**Parágrafo 4º.** É vedado ao CFN e ao fiscal designado, exercer poder de mando sobre os empregados da CONTRATADA, reportando-se somente aos prepostos e responsáveis por ela indicados.

### CLÁUSULA SÉTIMA - DA REMUNERAÇÃO

7.1 - A remuneração da Contratada se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.680/65 e Decreto Federal 57.690/66), obedecido o desconto concedido na sua proposta de preço e, ainda, o seguinte:

7.1.1 – Pelo percentual de xxx % (xxx por cento) incidentes sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal em vigor na época da prestação dos serviços;

7.1.2 - Pelo “desconto padrão de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser Contratada, pelos Veículos de Comunicação.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

7.1.3 - Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência Contratada.

7.2 - Poderão ser ajustados entre as partes, tomando-se como referência as tabelas das entidades de classe, os honorários dos serviços especiais que envolvam pesquisas de opinião, e outras atividades de terceiros permitidas neste Edital.

7.3 – Pertencerão ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação, com exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA.

7.4 - O CFN poderá deduzir do montante a pagar os valores correspondentes a multas ou indenizações devidas pela CONTRATADA, nos termos deste Contrato.

### **CLÁUSULA OITAVA - DO PAGAMENTO**

8.1 - 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 da seguinte forma:

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

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

8.3.1 - Outros serviços realizados por terceiros: 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.

8.4 - Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço da Contratante, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao contrato nº ...../2014 e a manifestação de aceitação.

8.5 - Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da Contratada ou de seus fornecedores e subcontratados.

8.6 - No tocante à veiculação, a Contratada fica obrigada a apresentar, os seguintes comprovantes:



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

### 8.6.1 - Para TV, Cinema e Rádio:

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; ou

b2) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação.

8.7 - 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.

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

8.7.2 - Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

8.7.3 - Trimestralmente a Contratada 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.

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

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

8.10 - 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 Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

8.11 - 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.



## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

8.12 - 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.

8.13 - Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela Contratante.

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

8.15 - A Contratada apresentará à Contratante um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros, até o dia 10 do mês subsequente.

8.16 - Sobre os valores do fornecimento incidirão os tributos e demais encargos de responsabilidade da Contratada.

### **CLÁUSULA NONA - DA PUBLICAÇÃO**

9 - O extrato do presente instrumento será publicado, conforme exigência da Lei Nº 8.666/93, e suas alterações.

### **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS**

10 - O CFN poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos 58 e 65 da Lei nº 8.666/93.

### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS INTERRUPTÕES DO CONTRATO**

11 - Verificando-se caso de força maior ou caso fortuito, nos termos do Código Civil, a Contratada se obriga a comunicar, por escrito, à Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, a ocorrência do evento, suspendendo-se suas obrigações, enquanto perdurar tal situação.

11.1. Findos os motivos que determinaram a força maior ou caso fortuito, o Contrato estender-se-á por período de tempo necessário à total execução dos trabalhos, porém não superior ao número de dias que foram paralisados, observado o disposto do art. 57 da Lei Nº 8.666/93.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS TOLERÂNCIAS CONTRATUAIS**

12 - Qualquer tolerância por parte da Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação ou extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA VIGÊNCIA**





## CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

13 - O Contrato terá a vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Lei, se houver interesse das partes.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA RESCISÃO**

14.1 - Poderá ocorrer a rescisão do Contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente licitação, nos termos dos artigos 77 a 80 da Lei No 8.666/93;

14.2 - Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza;

14.3 - Havendo rescisão do Contrato, o CFN pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pela Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor do CFN.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO**

15.1 - Em caso de descumprimento das obrigações contraídas neste instrumento, a Contratada ficará sujeita às penalidades previstas nas Seções I e II, do Capítulo IV, da Lei Nº 8.666/93, artigos 81 e 86 a 88, a critério da autoridade competente, na seguinte forma:

15.1.1 - Advertência;

15.1.2 - Multa, nas seguintes condições:

a - 0,05% (cinco centésimos por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluindo-se os aditamentos, por dia que exceder a data de conclusão de cada etapa dos serviços conforme previsto na Ordem de Serviço específica;

b - 5% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, no caso de desobediência de ordens escritas ou infringências de qualquer cláusula ou condição contratual para a qual não esteja prevista multa especial ou, ainda, no caso de reincidência de atraso especificado na alínea anterior;

c - 5% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à Contratada;

d - 5% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, na hipótese da recusa injustificada em assinar o contrato;

15.1.3 - Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com o CFN por prazo não superior a 2 (dois) anos;

15.1.4 - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o CFN, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

reabilitação, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CFN dos prejuízos causados e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

15.1.5 - As sanções serão aplicadas pelo Presidente do CFN ou por quem este delegar.

15.2 - Em qualquer caso, garantir-se-á à Contratada a ampla defesa.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS CASOS OMISSOS**

16 - Os casos omissos serão resolvidos por acordo entre as partes e/ou pela legislação aplicável.

**CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO**

17- Fica eleito a Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal, como competente para apreciar e dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente Contrato.

E, por estarem assim justos e acordados, firmam o presente CONTRATO, redigido em 2 (duas) vias de igual teor e forma, para um só eleito, juntamente com as testemunhas abaixo.

Brasília (DF), de de 2014.

**PELO CONTRATANTE:**

Presidente do CFN

Tesoureira do CFN

**PELA CONTRATADA:**

TESTEMUNHAS

**DA CONTRATANTE:**

**DA CONTRATADA:**

\_\_\_\_\_  
NOME:  
CPF:

\_\_\_\_\_  
NOME:  
CPF: