



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA N° 1/2012**

O CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN), autarquia federal, órgão de fiscalização profissional regido pela Lei n° 6.583, de 20.10.1978, inscrito no CNPJ sob o n° 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 n° 13, de 23 de maio de 2011, torna público que realizará licitação na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, conforme descrito neste Edital e seus Anexos, nos termos da Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada, Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010 e Lei Complementar n° 123, de 14 de dezembro de 2006.

OBJETO:	Constitui objeto da presente licitação a contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, para a realização da campanha anual nacional, sobre tema específico definido pelo Conselho Federal de Nutricionistas (CFN), e ações publicitárias institucionais de valorização profissional, pelo período de 12 (doze) meses, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing.
ÁREAS DO CFN INTERESSADAS:	Presidência do Conselho Federal de Nutricionistas e Unidade de Imprensa e Comunicação.
DATA E HORA DE RECEBIMENTO E DE ABERTURA:	<u>Dia 17 de abril de 2012, às 10:30h</u>
NORMAS DE REGULAÇÃO:	Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993, atualizada, Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010 e Lei Complementar n° 123, de 14 de dezembro de 2006.
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 à sexta-feira. Telefone: (61) 3225-6027. Fax: (61) 3323-7666. O Edital e seus anexos poderão ser obtidos gratuitamente, por meio do sítio www.cfn.org.br , por e-mail ou na sede do CFN, devendo o interessado apresentar disquete ou CD Rom. Para aqueles que desejarem obter o Edital e seus anexos por meio impresso, será cobrado o valor de R\$ 10,00 (dez reais) a título de ressarcimento de despesas.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA CFN N° 01/2012**

1. OBJETO DA LICITAÇÃO

1.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, conforme as especificações constantes deste Edital e do Briefing, compreendendo:

- a) realização da campanha anual nacional, sobre tema específico definido pelo Conselho Federal de Nutricionistas (CFN);
- b) realização de ações publicitárias institucionais de valorização da profissão e dos profissionais nutricionistas e técnicos em nutrição e dietética;
- c) a criação e produção de materiais de divulgação, incluindo impressos e mídias eletrônicas.

1.2. Em 2012, o tema para a campanha nacional é “Alimentação Fora do Lar”.

1.3 As campanhas anuais e as ações de valorização da profissão e dos profissionais nutricionistas e técnicos em nutrição e dietética devem compreender:

- a) estudo, concepção, execução e distribuição à divulgação de campanhas online e off-line, peças publicitárias de qualquer natureza e audiovisuais;
- b) desenvolvimento e execução de ações promocionais e institucionais;
- c) elaboração de marcas, logotipos, peças publicitárias e expressões de propaganda;
- d) assessoramento das ações de comunicação nos diversos veículos de mídia;
- e) agenciamento, veiculação e intermediação perante os diversos veículos de mídia;
- f) desenvolvimento de ações e estratégias para o marketing e e-marketing.

2. CONDIÇÕES GERAIS 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, e 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 ou



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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;

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 estejam suspensas ou impedidas de licitar e contratar com o CFN; e

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, de 14 de dezembro de 2006, as que se enquadrarem em qualquer das exclusões relacionadas no § 4º do art. 3º dessa Lei.

2.3. Qualquer esclarecimento em relação a presente licitação poderá ser solicitado diretamente à Comissão de Licitação ou à Unidade de Imprensa e Comunicação no endereço e horários constantes no preâmbulo, por escrito, através de e-mail, fax ou pelo correio.

3 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

3.1 - Os interessados deverão habilitar-se à Licitação, na data, horário e local indicados no preâmbulo, perante a Comissão de Licitação, apresentando 4 (quatro) envelopes opacos e devidamente lacrados (**sendo um deles obrigatoriamente fornecido pelo CFN, quando da aquisição deste Edital**), rubricados no seu fecho (exceto o envelope nº 1 retro citado, que deve ser apenas lacrado), devendo obedecer as disposições abaixo:

a) Envelope Nº 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – NÃO IDENTIFICADO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 001/2012

OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”

a.1) Este envelope (**que será fornecido exclusivamente pelo CFN**, quando da retirada do Edital e contra recibo) 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), sendo 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 invólucros 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.2) O Plano de Comunicação 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 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 subseqüentes;
- 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;
- 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) O Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

a.8) Os exemplos de peças que integram a Ideia Criativa, do Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope nº 1.

a.9) A inobservância destas instruções acarretará a desclassificação da licitante.

**CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS****b) Envelope Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – IDENTIFICADO****LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 001/2012****OBJETO: “Contratação de empresa de publicidade e propaganda”****RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE.**

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

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

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 – 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.

c) Envelope Nº 03 – INFORMAÇÕES RELATIVAS À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO DOS LICITANTES**LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 001/2012****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 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 contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, fax e e-mail, quando existente.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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

d) Envelope Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA CFN Nº 001/2012

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 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 6.1.2 e 6.1.3, deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, **em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, fax e e-mail, e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou de seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos.**

3.2 - Os envelopes Nº 02, Nº 03 e Nº 04, deverão conter, obrigatoriamente, os documentos respectivos e citados neste edital, apresentados da seguinte forma:

A - Em uma via no original, sem emendas, rasuras ou entrelinhas;

B – Assinados e datados na última página e rubricados em todas as folhas pelo Representante Legal da Empresa Licitante, ou de seu procurador legalmente constituído, observadas as exigências constantes nos Anexos e Modelos deste Edital.

C - 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.

3.3 - 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 I.

3.3.1 - No início da sessão, a Comissão de Licitação examinará as Cartas de Credenciamento e os documentos de identidade, retendo as primeiras para posterior juntada aos autos do processo licitatório.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

3.3.2 – 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 I.

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

3.3.4 – A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes, em conformidade com o solicitado nos itens deste, 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.

3.3.5 - Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

3.3.6 - Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

4 – DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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.

4.1 – 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:

4.1.1 - DOCUMENTO D-1

Declaração de aceitação das condições deste 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 II, deste Edital.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA

4.2 - DOCUMENTO D-2

A – Cédula de identidade dos representantes legais da licitante;

B – Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado nos órgãos competentes (junta comercial ou cartório de registro de pessoas jurídicas) acompanhado de suas alterações ou apresentado 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;

C - Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

D - 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;

E - Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.

4.2.1 – 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.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À REGULARIDADE FISCAL:

4.3 - DOCUMENTO D-3

Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, do Ministério da Fazenda.

4.4 - DOCUMENTO D-4

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.

4.5 - DOCUMENTO D-5

Prova de Regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, apresentada conforme abaixo:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

Fazenda Federal: “Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União”, emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil ou pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional;

Fazenda Estadual: “Certidão Negativa de Débito ou equivalente emitida pela Secretaria de Estado da Fazenda ou do Distrito Federal”;

Fazenda Municipal: “Certidão Negativa de Débito ou equivalente emitida pelo município sede ou domicílio da licitante”.

4.6 - DOCUMENTO D-6

Prova de regularidade relativa à Seguridade Social mediante certidão negativa de débitos expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil;

4.7 - DOCUMENTO D-7

Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante certificado de regularidade de situação expedido pela Caixa Econômica Federal.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

4.8 - DOCUMENTO D-8

a) 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 exposto no documento;

b) 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.

4.8.1. 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.

4.8.2. 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 4.8 por demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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

a) do balanço referido na alínea “b” do item 4.8, 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):

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

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

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

b) das demonstrações contábeis referidas no item 4.8.2, cujo Índice de Solvência, obtido conforme a fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1):

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

4.8.4. Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do item 4.8.3 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.

4.8.5. 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 item 4.8.3, deverá incluir no Invólucro nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 95.000,00 (noventa e cinco mil reais), valor esse equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da verba de publicidade a ser aplicada na futura contratação.

4.9 – DOCUMENTO D-9

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição, conforme modelo constante do Anexo VI deste Edital.

4.10 - 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 neste Edital, somente serão considerados aceitáveis se expedidos, **no máximo, até 60 (sessenta) dias anteriores à data de abertura desta licitação.**

5 - DA PROPOSTA TÉCNICA

A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes “1”, “2” e “3” na forma prevista no item 3 e subitens e deverá atender os requisitos abaixo:

5.1. – PLANO DE COMUNICAÇÃO NÃO IDENTIFICADO - Envelope “1”

5.1.1. Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar uma campanha simulada de acordo com o Briefing, **com verba de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) e duração de 30 (trinta) dias.**

5.1.2. O “Plano de Comunicação – Não Identificado” deverá ser apresentado em envelope que NÃO identifique a licitante, nem mesmo em seu conteúdo, na forma do item 3 e seus subitens, deste Edital, ter suas páginas numeradas seqüencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, utilizando fonte Arial, tamanho 12 (doze).

As peças que integram o “Plano de Comunicação” deverão estar acondicionadas em embalagens adequadas às características do Envelope “1”, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente envelope.

5.1.3. O “Plano de Comunicação” consistirá em quatro quesitos, a saber:

5.1.4. PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela licitante com base no Anexo IV deste Edital - Briefing, que deverá compreender os seguintes subquesitos:

I - Raciocínio Básico: texto em **até 4 (quatro) laudas**, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing;

II – Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em **até 4 (quatro) 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 e defenderá essa opção;

a) Apresentará e defenderá os principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação,



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 5 (cinco) 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 - constituída de:

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 (na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano 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).

b) 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 mais 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, separadamente, de mídia e de não mídia.

c) No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

d) Na simulação do plano de distribuição de peças previstas na letra "b" do item acima:

d 1) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

d 2) 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;

d 3) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.2 - DO PLANO DE COMUNICAÇÃO – Identificado – ENVELOPE “2”

O Envelope “2” deverá ser apresentado conforme item 3.1 letra “b” deste Edital, com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, **nas mesmas dimensões do Envelope “1”** contendo os mesmos quesitos acima, de igual teor e forma, mas sem os exemplos de peças relativas à Ideia Criativa.

5.3 - DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – ENVELOPE “3”

A “capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação” deverão ser apresentados na forma do item 3.1 letra “c” deste Edital, ter suas páginas numeradas seqüencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

5.3.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: será feita mediante a apresentação de Declaração 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 infra-estrutura 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:

a) declaração ou atestado de experiência anterior similares ao objeto desta concorrência, fornecida por cliente que tenha sido ou esteja sendo atendido pela licitante; e

b) declarações ou atestados de veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de portal da internet, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da licitante nas relações com os veículos declarantes;

5.3.1.1 - Declaração de, caso venha a ser declarada vencedora do certame, possuirá escritório na cidade de Brasília, seja próprio ou em parceria com terceiros, e estrutura mínima de atendimento ao CFN, quanto ao objeto da licitação, subscrita por representante legalmente habilitado da licitante.

5.3.2 REPERTÓRIO: 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, atendidos os critérios dos itens seguintes.

I - Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2007;

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

III - Os vídeos, os 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;

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

5.3.3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: 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 duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça,



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

para cada relato, fornecidas conforme estabelece o inciso III do item 5.3.2 acima. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas o CFN.

5.3.4. As peças que integram o item 5.3.2 devem ser adaptadas às dimensões do envelope de nº 3, desde que inviolável, quanto às informações de que tratam, até a abertura do mesmo.

5.3.5 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.

6 - DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE “4”

6.1. 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 3.1 letra “d”:

6.1.1. - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, devendo ser preenchida apenas com as informações constantes do Anexo III.

6.1.2. - DECLARAÇÃO NA QUAL A LICITANTE ESTABELECE OS **PERCENTUAIS MÁXIMOS A SEREM PAGOS PELO CFN**, indicando nome ou razão social do licitante, número do CNPJ, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico (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.

6.1.3. - 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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 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;

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 e 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, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) Estabeleçam que o CFN, poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou 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 direito 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 serão entregues ao CFN uma cópia finalizada em CD e/ou DVD, de todo material produzido;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

b) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao CFN, que poderá, a seu critério, utilizar 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 6.1.2. e 6.1.3, 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.

6.2. 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.

6.3. 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.

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

6.5. É facultado à Comissão, 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.

7 – DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

7.1 - **As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas pela Subcomissão Técnica**, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes 1 e 3, de caráter público, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

7.2 - Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

7.2.1 - Plano de Comunicação:

I - **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:

a) Das características do CFN e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CFN com seus públicos;
- c) Do papel do CFN no atual contexto social, político e econômico;
- d) Do problema específico de comunicação do CFN.

II - **Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do CFN e a sua comunicação e/ou a seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do CFN com seus públicos;
- d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do CFN;
- e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

III - **Ideia Criativa:**

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do CFN;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades do CFN e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A exequibilidade das peças;
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos dos públicos prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças;
- d) A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação do CFN;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

7.2.2 - Capacidade de Atendimento:

- I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- II - A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- III - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição do CFN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- IV - A operacionalidade do relacionamento entre o CFN e a licitante, esquematizado na proposta.

7.2.3 – Repertório:

- I - A Ideia criativa e sua pertinência;
- II - A clareza da exposição do problema publicitário;
- III - Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - Relevância dos resultados apresentados;
- V - Qualidade da execução do acabamento.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

7.2.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

I - Concatenação lógica da exposição;

II - Evidência de planejamento publicitário;

III - Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

IV - Relevância dos resultados apresentados.

7.2.5 Os aspectos a serem avaliados e a pontuação máxima observarão o seguinte:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO		
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 4 (quatro) 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. Máximo 5 pontos.	
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CFN com seus públicos. Máximo 5 pontos.	
	c) Do papel do CFN no atual contexto social, político e econômico. Máximo 5 pontos.	
	d) Do problema específico de comunicação do CFN. Máximo 5 pontos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
2 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 4 (quatro) 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 problemas do CFN, conforme briefing. Máximo 5 pontos.	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Máximo 5 pontos.	
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do CFN com seus públicos. Máximo 4 pontos.	
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do CFN. Máximo 3 pontos.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Máximo 3 pontos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
3 - IDEIA CRIATIVA Síntese em até 2 (duas) laudas da estratégia de comunicação, expressa sob forma de	a) Adequação ao problema específico de comunicação do CFN. Máximo 3 pontos.	
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados	



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

redução de mensagem.	os objetivos do CFN. Máximo 3 pontos.	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Máximo 3 pontos.	
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Máximo 3 pontos.	
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Máximo 3 pontos.	
	f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pelo CFN e sua inserção na sociedade. Máximo 1 ponto.	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. Máximo 1 ponto.	
	h) A exequibilidade das peças. Máximo 2 pontos.	
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. Máximo 1 ponto.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
4- ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Máximo 3 pontos.	
Texto de até 4 (quatro) laudas em que a licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Máximo 3 pontos.	
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Máximo 3 pontos.	
	d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação do CFN. Máximo 3 pontos.	
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Máximo 2 pontos.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Máximo 1 ponto.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos. Máximo 3 pontos.	



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Máximo 2 pontos.	
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do CFN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Máximo 2 pontos.	
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o CFN e a licitante, esquematizada na Proposta. Máximo 3 pontos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		
REPERTÓRIO		
Peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Máximo 2 pontos.	
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Máximo 2 pontos.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo 2 pontos.	
	d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo 2 pontos.	
	e) Qualidade da execução do acabamento. Máximo 2 pontos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
<i>Case histories</i> formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Máximo 1 ponto.	
	b) Evidência de planejamento publicitário. Máximo 1 ponto.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo 2 pontos.	
	d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo 1 ponto.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		
TOTAL (MÁXIMO DE 100 PONTOS)		

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

7.3.1 - A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

7.3.1.1 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”.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

7.3.1.1.1 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.

7.4 - Será desclassificada a Proposta que:

- I - Não atender às exigências do presente 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 7;
- IV - Que incidir nas disposições no art. 48 da Lei nº 8.666, de 1993.

7.5 - Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.2.1 a 7.2.4.

7.6 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

7.7 - As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

7.8 - 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.

7.9 - 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 7.2.1, 7.2.2, 7.2.3 e 7.2.4.

7.10 - 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 por outro meio de ampla e comprovada divulgação.

7.11 - A Comissão de Licitação divulgará o resultado da avaliação das Propostas Técnicas via fax-símile ou por outro meio de comunicação inequívoca, abrindo-se o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos.

7.12 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão, para abertura do Envelope "4" - "Propostas de Preço".



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

8 – DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1 - As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

9 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

9.1 - 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 à 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.

9.2. Serão desclassificadas as propostas que:

9.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

9.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

9.2.3. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

9.2.4. Serão desclassificadas as 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.

10 – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1 - Serão realizadas cinco reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

10.1.1 - A Comissão de Licitação receberá os 4 (quatro) envelopes integrantes das “Proposta Técnica” e “Proposta de Preços” por meio do representante legal de cada licitante, portando seu documento de identidade juntamente com o credenciamento, colhendo suas assinaturas na lista de presença.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

10.2 – Após recebidos todos os envelopes de todas as licitantes, eles serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos licitantes, ou comissão por eles nomeada. A Comissão de Licitação apresentará então o Envelope nº 1 aos representantes das licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame externo, a fim de que observem se existe algo que identifique a empresa licitante; se presente algum elemento de identificação a Comissão não receberá os demais envelopes da licitante identificada, registrando-se em ata as anotações por acaso existentes.

10.3 – Atendidos os itens antecedentes, será cumprida a seguinte pauta básica:

- a) identificação dos representantes das licitantes presentes e;
- b) abertura do Envelope nº 1, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada e realocados ao respectivo envelope;
- c) abertura do Envelope nº 3, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada e realocados ao respectivo envelope;
- d) informação quanto à data, hora e local da próxima reunião pública;
- e) os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão abertos pela Comissão de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.
 - e.1) a Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.
 - e.2) encerrada a reunião, a Comissão de Licitação repassará à Subcomissão Técnica os Envelopes nº 1 e nº 3 e seus conteúdos, a quem caberá:
 - e.2.1) análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando as que desatenderem às exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso VI do art. 6º da Lei 12.232/2010;
 - e.2.2) elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
 - e.2.3) análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei 12.232/2010, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

10.4 - Elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item 7 deste edital e encaminhamento à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

10.5 - Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos Envelopes nº 2, com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

10.6 - Publicação do resultado geral do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993;

10.7 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para a abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao disposto no § 2º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993;

10.8 - Publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993;

10.9 - Convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

10.10 - Recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI, § 4º do art. 11 da Lei 12.232, de 2010, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

10.11 - Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos nos termos do inciso XIII do art. 11 da Lei 12.232, de 2010, e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

10.12 - Reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII do art. 11 da Lei 12.232, de 2010,, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei nº 12.232, de 2010.

11 - DA CLASSIFICAÇÃO

11.1 - O julgamento obedecerá ao critério de Técnica e Preço, nos termos do § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei nº 8.666, de 1993, combinado com o § 1º, Inciso I e § 2º, Incisos I e II do art. 46 da mesma Lei.

11.2 - 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 à 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.

11.3 - A classificação das licitantes far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais, sendo declarada vencedora a empresa que obtiver maior Nota Final.

11.4 - Serão desclassificadas as Propostas que incorrerem nas situações previstas no art. 48 da Lei nº 8.666, de 1993.

11.5 - O critério de desempate nesta licitação será feito conforme previsto no § 2º do art. 45 da Lei nº 8.666, de 1993, e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

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

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

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

11.9 – No local, data, e horário estabelecidos, a Comissão de Licitação, em sessão pública, receberá os Envelopes de nº 5 e os abrirá para análise de sua conformidade com as condições estabelecidas neste edital.

11.10 – 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.

11.11 – 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.

11.12 – A decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do art. 11, § 4º, inciso XIII da Lei nº 12.232, de 2010.

11.13 – 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 art. 11, § 4º, inciso XIV da Lei nº 12.232, de 2010.

12 - DA ADJUDICAÇÃO

12.1 - Os serviços de publicidade objeto da presente licitação serão adjudicados à primeira classificada.

12.2 - A Adjudicatária terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentar a documentação legal e assinar o Contrato.

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

12.3. - A Adjudicatária, não assinando o Contrato, nem apresentando relevantes razões para não o fazer, sujeitar-se-á às sanções previstas nos artigos 81 e 86 a 88 da Lei nº 8.666, de 1993, e no subitem 20.1.2 alínea "d" deste Edital, assegurada a ampla defesa.

12.4 – Fica facultado à Administração, quando o convocado não assinar o contrato 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 de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666, de 1993.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

13 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1 - Das decisões da Comissão de Licitação cabe recurso administrativo no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação ou da ciência do ato.

13.2 - Os recursos serão interpostos de acordo com os procedimentos previstos no art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993, nos seguintes casos:

- A - Julgamento das propostas;
- B - Anulação ou revogação da Licitação;
- C - Habilitação ou inabilitação do licitante.

13.3 - O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da que praticou o ato. Esta, 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.

14 - DO CONTRATO

14.1 - O Contrato obedecerá ao modelo constante no Anexo V deste Edital.

14.2 - Farão parte integrante do Contrato, independentemente de transcrição, o Edital de Licitação e seus anexos.

14.3 – O CFN poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos 58 e 65 da Lei nº 8.666, de 1993.

14.4 - O Contrato terá a vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos de acordo com o art. 57, II, da Lei 8666, de 1993.

14.5 – São de exclusiva responsabilidade da Contratada os encargos sociais, trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciários, decorrentes da execução dos serviços, os quais não poderão na hipótese de inadimplência do contrato, serem transferidos à responsabilidade do CFN.

14.6 - O Contrato será supervisionado e coordenado pela Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN.

15 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Conforme Minuta de Contrato.

16 - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

Conforme Minuta de Contrato.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

17 – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

Conforme Minuta de Contrato.

18 - DO RECEBIMENTO DOS TRABALHOS

18.1 - Os projetos ou atividades concluídos serão recebidos pela Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN, ficando a CONTRATADA responsável por qualquer ajuste que se fizer necessário aos trabalhos.

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

19 - DA RESCISÃO DO CONTRATO

Conforme Minuta de Contrato.

20 - DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLEMENTO

Conforme Minuta de Contrato.

21 - DO PAGAMENTO

Conforme Minuta de Contrato.

22 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. 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.

22.2 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 de Licitação.

22.3 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito e será dado conhecimento das consultas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital.

22.4 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 devidamente fundamentado.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

22.5 Os recursos administrativos eventualmente interpostos de conformidade com o art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993, deverão ser encaminhados ao Conselho Federal de Nutricionistas no endereço indicado no preâmbulo, observados os prazos legais.

22.6 O foro competente para a apreciação de quaisquer questões resultantes deste Edital é o da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

22.7 Os recursos para custeio das despesas decorrentes do objeto desta licitação correrão à conta da dotação orçamentária nº 3.132.34.09 do Plano de Contas do CFN, no exercício de 2012.

22.8 - Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Carta de Credenciamento;
- b) Anexo II: Modelo de Declaração de Aceitação das Condições
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Briefing;
- e) Anexo V: Minuta do Contrato;
- f) Anexo VI: Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos; e
- g) Anexo VII – Termo de Retirada.

Brasília (DF), 27 de fevereiro de 2012.

NINA DA COSTA CORRÊA
Coordenadora da Comissão de Licitação



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

ANEXO I
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

Local....., ___/___/2012

À

Comissão de Licitação
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)
REF: CONCORRÊNCIA nº 001/2012

Prezados Senhores:

Apresentamos o Senhor, portador do documento de identidade nº....., expedido pelo(a), e do CPF nº....., para representar esta Empresa na sessão de abertura dos envelopes de PROPOSTAS na Concorrência CFN nº 001/2012 e nos demais atos e reuniões relacionados à licitação, 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 reproduzido o mais fielmente possível, devendo ser preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado ou com identificação inequívoca da Empresa.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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

REF: CONCORRÊNCIA CFN nº 001/2012.

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação na modalidade Concorrência CFN nº 001/2012, destinada à “contratação de pessoa jurídica de publicidade”, e que nos submeteremos às disposições regulamentares e legais sobre a licitação, especialmente o art. 37 da Constituição da República, a Lei nº 8.666, de 1993, a Lei nº 12.232, de 2010 e pelas demais 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....., ___/___/2012.

Nome e assinatura do representante legal da empresa

Nome e Endereço da Empresa

CNPJ

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser reproduzido o mais fielmente possível, devendo ser preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado ou com identificação inequívoca da Empresa.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

Local....., ___/___/2012.

À Comissão de Licitação
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)
REF: CONCORRÊNCIA nº 001/2012

Prezados Senhores,

Encaminhamos a V.Sas. nossa proposta para a prestação de serviços de publicidade ao CFN, objeto da Concorrência nº 001/2012, tipo Técnica e Preço.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente desta Concorrência, serão cobrados honorários de ____ % (_____ por cento) incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

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

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser reproduzido o mais fielmente possível, devendo ser preenchido com as informações pertinentes e em papel timbrado ou com identificação inequívoca da Empresa.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

ANEXO IV

BRIEFING

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DO CFN

REF: CONCORRÊNCIA CFN nº 001/2012

O Conselho Federal de Nutricionistas e os Conselhos Regionais de Nutricionistas realizam campanhas nacionais com o objetivo de destacar a importância da Nutrição para a promoção da saúde da população e para dar maior visibilidade ao trabalho desenvolvido por seu público-alvo: Nutricionistas e Técnicos em Nutrição e Dietética. Paralelamente às campanhas nacionais, o CFN promove ações institucionais (seminários, jornadas de trabalho e encontros) que também visam à valorização desses profissionais.

Em 2012, o tema escolhido para a campanha nacional é **alimentação fora do lar** – riscos para a saúde; a importância do nutricionista nos estabelecimentos que oferecem alimentação, com o objetivo de garantir a segurança alimentar e nutricional dos indivíduos; a importância da alimentação saudável e sustentável e de se fazer as refeições em casa – tendo como público-alvo a população em geral e os profissionais inscritos no Sistema Conselhos Federal e Regionais de Nutricionistas (Nutricionistas e Técnicos em Nutrição e Dietética).

O Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) foi criado pela Lei nº 6.583, de 20 de outubro de 1978, regulamentada pelo Decreto nº 84.444, de 30 de janeiro de 1980. É uma autarquia federal 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. O CFN é o órgão central do Sistema CFN/CRN (Conselhos Regionais de Nutricionistas). O Sistema CFN/CRN 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 saúde da população, assegurando assistência nutricional e alimentar, por meio do exercício ético de profissionais habilitados e capacitados, como direitos sociais fundamentais de todos os cidadãos.

METAS

O CFN possui como meta transversal de todos os projetos do Planejamento Estratégico e Situacional (2009-2012) a valorização das habilidades do Nutricionista e do Técnico em Nutrição e dietética, com ações voltadas para a população em geral e para os próprios profissionais.

Os problemas de comunicação atuais são: cresce o consumo de alimentos fora do lar bem como o custo desta alimentação. Aliado à má alimentação feita fora do lar pode estar o



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

aumento de doenças crônicas não transmissíveis como a obesidade e a hipertensão, dentre outras. Sem tempo ou condições para se alimentar em casa, as pessoas recorrem à alimentação fora do lar, que em alguns estabelecimentos é oferecida sem condições seguras e sem atender às necessidades nutricionais dos consumidores, ou seja, a alimentação não é adequada nem balanceada. O custo elevado também traz prejuízos para os consumidores, que optam por alimentos mais baratos e de consumo rápido, mas sem qualidade; geralmente são ricos em açúcar, gordura ou sal. Poucos estabelecimentos que ofertam alimentação contam com nutricionistas para a elaboração de cardápios adequados e balanceados bem como responsáveis técnicos pela segurança alimentar e nutricional do que ali é consumido. A alimentação fora do lar, se não puder ser evitada, deve ser feita com a orientação de nutricionista e em locais que ofereçam segurança alimentar e nutricional.

O nutricionista deve ser visto como a principal referência para a alimentação saudável e, conseqüentemente, para a promoção da saúde, tendo no alimento a principal ferramenta para a prevenção de doenças.

DESCRIÇÃO DA AÇÃO DE COMUNICAÇÃO

CONCEITO PRINCIPAL

A alimentação saudável promove a saúde dos cidadãos. O nutricionista é o profissional habilitado para definir, planejar, organizar, supervisionar e avaliar as atividades de assistência nutricional, bem como prescrever complementos nutricionais, quando necessário, e estabelecer dietas e a educação nutricional. O técnico tem a função de auxiliar o nutricionista nesse trabalho. O nutricionista é o profissional habilitado para orientar as pessoas sobre como terem uma alimentação adequada e segura. É importante fazer as refeições em casa; caso não consiga, a pessoa precisa optar por alimentos saudáveis.

OBJETIVOS

- » Despertar a população para um processo de reeducação alimentar e aquisição de hábitos saudáveis para que possam ter vidas saudáveis a partir da adoção da alimentação saudável e, para isso, entendam que é preciso consultar um nutricionista.
- » Despertar nas pessoas o prazer de fazer as refeições em casa com familiares e amigos, valorizando o feijão com arroz, salada crua e carnes magras.
- » Despertar nos Nutricionistas e nos Técnicos em Nutrição e Dietética a importância do seu papel como profissionais fundamentais na promoção da alimentação saudável e para a melhoria da qualidade de vida da população, especialmente, para que possam orientar adequadamente as pessoas que necessitam fazer a alimentação fora do lar.
- » Despertar nos Nutricionistas e nos Técnicos em Nutrição e Dietética o interesse pelas ações desenvolvidas pelos Conselhos Federal e Regionais de Nutricionistas em prol da alimentação saudável.
- » Despertar nos Nutricionistas e nos Técnicos em Nutrição e Dietética a importância de exercerem sua profissão com responsabilidade sócio-ambiental, a partir de ações que visem a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente, como a coleta seletiva e a gestão de resíduos, entre outras.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

» Com a promoção da reeducação alimentar e nutricional mostrar para a população que é possível prevenir doenças com a alimentação saudável.

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- » Mostrar os benefícios das habilidades dos nutricionistas e dos técnicos para a promoção da alimentação saudável e da saúde da população;
- » Dar visibilidade, principalmente, ao papel do nutricionista nesse processo;
- » Dar visibilidade à preocupação social dos Conselhos Federal e Regionais de Nutricionistas com a saúde da população.

PÚBLICO-ALVO

- » nutricionistas, técnicos em nutrição e dietética e população em geral.

ÁREA DE ATUAÇÃO DO CFN

- » Todo o Brasil.
- » Número de nutricionistas e de técnicos em todo o País até dezembro de 2011: aproximadamente 80 mil.
- » Verba disponível: R\$ 1.010.250,00 (um milhão dez mil e duzentos e cinquenta reais).

PRINCIPAIS AÇÕES E PRODUTOS

» CAMPANHA PUBLICITÁRIA

- Plano de mídia, abrangendo a utilização de veículos de massa e segmentados, de acordo com os públicos-alvo a serem atingidos.
- Criação de peças direcionadas a cada um dos públicos de interesse do CFN.
- Definir cronograma das atividades da campanha.
- Criação de peças para ações extra campanha promovidas pelo CFN, mas que têm o objetivo de reforçar as ações da campanha nacional.

DADOS ADICIONAIS

Em 2010, a alimentação fora do lar representou 31% nos gastos com refeições e este setor movimentou cerca de 73 bilhões de reais.

Nos mais de 1,4 milhões de estabelecimentos de alimentação existentes no País, segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA), a presença do nutricionista ainda é reduzida. Nos locais em que a alimentação é ofertada para a população, a atuação do nutricionista faz a diferença, pois este profissional é habilitado para elaborar cardápios, planejar, organizar, dirigir, supervisionar e avaliar os serviços de alimentação e



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

nutrição. Realizar assistência e educação nutricional da coletividade ou indivíduos sadios ou enfermos em instituições públicas e privadas (Resolução CFN nº 380/2005).

Na mídia, o nutricionista está ganhando espaço, mas a população ainda não o vê como referência para a melhoria de sua qualidade de vida. O nutricionista possui habilidades que podem promover a saúde combatendo doenças crônicas não-transmissíveis como a hipertensão, o diabetes, a anemia, a obesidade, entre outras. O nutricionista precisa tornar-se referência quando o assunto for alimentação e saúde.

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

**ANEXO V
MINUTA DO CONTRATO**

CONTRATO N° xx/2012	
PROCESSO LICITATÓRIO:	Concorrência CFN n° 001/2012
ÁREA INTERESSADA:	Presidência do Conselho Federal de Nutricionistas e Coordenação da Unidade de Imprensa e Comunicação.
ATO DE AUTORIZAÇÃO:	

DAS PARTES:

I - CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, autarquia federal de fiscalização profissional regida pela Lei n° 6.583, de 20.10.1978, inscrito no CNPJ sob o n° 00.579.987/0001-40, com sede no SRTV/Sul, Quadra 701, Conjunto L, N° 38, Sala 406, Edifício Assis Chateaubriand, em Brasília (DF), representado neste ato pela Presidente, Rosane Maria Nascimento da Silva, portadora da Carteira de Identidade n° 1240922, expedida pela SSP/PE, e do CPF n° 244.189.351-34, e pela Tesoureira, Ana Maria Calábria Cardoso, portadora da Carteira de Identidade n° 5991640, expedida pela SSP/PA, e do CPF n° 097.108.332-00, doravante designado **CFN** ou **CONTRATANTE**;

II – xxxxxx, inscrita no CNPJ sob o n° xxx, com sede em xxx, representada neste ato por representante legal xxx, portador(a) da Carteira de Identidade n° xxx, e do CPF/MF n° 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 promovida por meio da **Concorrência CFN n° 001/2012**, tipo **Técnica e Preço**, cujo Edital e Anexos o integram, independentemente de transcrição.

1.2 - O presente Contrato será regido pelas disposições do do art. 37 da Constituição da República, pela Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, pela Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010 e pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei n° 4.680, de 18 de junho de 1965 e o Decreto Federal n° 57.690, de 1° de fevereiro de 1966, bem como pelas cláusulas e condições deste Contrato e seus anexos.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

2.1 - O objeto do Contrato é a prestação de serviços profissionais de publicidade ao CFN, nos termos do Edital da Concorrência CFN 01/2012.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 e fiscalização dos mesmos.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1 – No exercício de 2012 as despesas decorrentes da execução do presente Contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº 3.132.34.09 do Plano de Contas do CFN.

3.2 - Para os exercícios subsequentes a 2012, e desde que haja renovação do Contrato, as despesas correrão à conta das Dotações Orçamentárias próprias.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Constituem 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 e 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 ao 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;

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;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

4.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários e tributários referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, bem como pelas despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato e 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 ou com identificação inequívoca da proponente, 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 do 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 ao CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação para pagamento devidamente acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes,



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 incentivos 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 8.666, de 1993;

4.16 – 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 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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 DO CONTRATO

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:

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 – Pela remuneração por serviços prestados conforme os valores previstos na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, em vigor à época da prestação dos serviços, após subtraído o desconto concedido na proposta;

7.1.2 – Pelos créditos correspondentes ao “desconto padrão de agência” sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação;

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.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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/2012 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:

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:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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.

8.8 - A CONTRATADA deverá apresentar, sempre que se vencerem, 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 da sua sede.

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

8.9.1 - 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 diária da Taxa SELIC divulgada pelo Banco Central do Brasil.

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.

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.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 pelo 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 ao 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

O extrato do presente instrumento será publicado no Diário Oficial da União, a expensas do CFN.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

O CFN poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nas normas de regência do Contrato (cláusula primeira).

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS INTERRUPTÕES DO CONTRATO

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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS TOLERÂNCIAS CONTRATUAIS

Qualquer tolerância por parte do 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

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 deste Contrato nos termos das normas de regência do Contrato (cláusula primeira).



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

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 normas de regência do Contrato (cláusula primeira), em especial nos artigos 81 e 86 a 88 da Lei nº 8.666, de 1993, 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 anual 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 anual 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 anual do Contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à CONTRATADA;

d - 5% (cinco por cento) calculada sobre o valor anual 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 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

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

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS CASOS OMISSOS

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

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO

O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias decorrentes deste Contrato é o da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal.

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 2012.

ASSINATURAS:

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

Rosane Maria Nascimento da Silva
Presidente do CFN

Ana Maria Calábria Cardoso
Tesoureira do CFN

TESTEMUNHAS:

Nome:

CPF:

Nome:

CPF:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO

REF: CONCORRÊNCIA CFN nº 001/2012

Local....., ___/___/2012

À
Comissão de Licitação
Conselho Federal de Nutricionistas (CFN)

DECLARAÇÃO

Em cumprimento às determinações da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, 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 (dezesesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição do Brasil.

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 VII
TERMO DE RETIRADA DE EDITAL

REF: CONCORRÊNCIA CFN nº 001/2012

Declaro ter retirado cópia integral do Edital da Concorrência CFN nº 001/2012, que tem por objeto a contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para o CFN.

Declaro ainda ter recebido, neste ato, o envelope padronizado citado no item 3.1 letra “a” do Edital relativo a esta Concorrência.

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 exige a Comissão de Licitação da comunicação de eventuais esclarecimentos ou retificações ocorridas no instrumento convocatório.