EDITAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2021-CFBio

PROCESSO CFBio Nº 2021/000027

MODALIDADE: Concorrência Pública.

TIPO: Técnica e Preço.

FORMA E REGIME DE EXECUÇÃO: Execução indireta, ao abrigo da Lei Federal nº 12.232/2010.

OBJETO: Obtenção de propostas para a contratação de uma agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS:

- **Data e horário**: 2 de julho de 2021, às 10:00 horas.
- **Local**: Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP: 70070-120.

RETIRADA DO EDITAL:

✓ de segunda a sexta-feira, das 10:00h às 16:00h, na sede do Conselho Federal de Biologia - CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120

✓ no site www.cfbio.gov.br

✓ por meio do endereço https://cfbio.gov.br/wp-content/uploads/2021/05/edital-concorrencia-01.2021-cfbio.pdf

FORMALIZAÇÃO DE CONSULTAS:

✓ **por carta ou ofício** a ser entregue na sede do CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar - Brasília/DF - CEP 70070-120, de segunda a sexta-feira, das 09:30h às 17:30h

✓ **pelo e-mail** licitacaocfbio@cfbio.gov.br

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. **O CONSELHO FEDERAL DE BIOLOGIA - CFBio**, Autarquia Federal criada pela Lei nº 6.684, de 3 de setembro de 1979, pessoa jurídica de direito público, devidamente inscrito no CNPJ/MF sob o n° 00.720.532/0001-01, com sede no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, Brasília/DF, CEP 70070-120, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação – CPL, nomeada pela Portaria CFBio nº 306/2021, torna pública aos interessados a realização de licitação com a finalidade de contratar agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, pelo regime de execução indireta, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e demais normas pertinentes.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a vigência da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e demais normas aplicáveis.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço serão recebidos no dia 2 de julho de 2021, às 10 horas (horário de Brasília – DF), no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120.

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

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

2.2. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

2.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

3. OBJETO

3.1. O objeto desta concorrência é a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito

à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, produtos e/ou serviços ou instituições ou de informar o público em geral.

3.1.1. Integram o presente objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados pela contratada;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

3.1.1.1. As pesquisas e avaliações previstas na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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

3.1.2. Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas nos itens 3.1 e 3.1.1, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

3.2. Para a prestação dos serviços, será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

3.2.1. Se, em decorrência das regras deste Edital e da legislação aplicável, não restar possível a contratação de uma agência, o CFBio, a seu exclusivo juízo, decidirá sobre a conveniência e oportunidade de realizar novo certame para a contratação de nova agência.

3.3. Os serviços de publicidade previstos nesta concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18

de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

3.3.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no item 3.3 deste Edital poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

3.3.2. A agência atuará por ordem e conta do CFBio, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.3.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

3.3.4. A agência contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do CFBio, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

3.3.5. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade institucional, de utilidade pública, mercadológica e legal, de interesse do CFBio, sob a coordenação do Contratante.

3.3.5.1. As ações de publicidade devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo, de orientação social ou mercadológico, visando a divulgação de produtos ou serviços do CFBio, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital será fornecido na sede do CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco “Q”, Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120, de segunda a sexta-feira, das 10:00h às 17:00h.

4.1.1. O CFBio poderá repassar ao interessado o custo efetivo referente ao fornecimento deste Edital, quando solicitado, com seus elementos constitutivos, mediante depósito no valor de R$ 20,00 (vinte reais), no Banco do Brasil - BB, agência nº 4200-5, conta corrente nº 209.512-2.

4.2. A versão gratuita deste Edital será fornecida por meio do endereço eletrônico https://cfbio.gov.br/wp-content/uploads/2021/05/edital-concorrencia-01.2021-cfbio.pdf

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

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Pedidos de esclarecimentos sobre esta concorrência devem ser encaminhados à Comissão Permanente de Licitação, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- ✓ **por carta ou ofício** a ser entregue na sede do CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120, de segunda a sexta-feira, das 10 às 17h (horário de Brasília - DF);
- ✓ **pelo e-mail** licitacaocfbio@cfbio.gov.br

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

5.2. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, desde que tenham sido recebidos até as 17:00 horas (horário de Brasília – DF) do dia 21 de junho de 2021.

5.3. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, no Portal da Transparência do CFBio, que pode ser acessado por meio do link www.studiosti.com.br/PortalTransparencia/Biologia/Federal, sem identificar a licitante consulente e seu representante.

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

5.5. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preço previstos no subitem 2.1 deste Edital.

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I. o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preço;

II. o licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preço.

6.1.1. Considera-se licitante, para efeito do supracitado inciso II, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2. O pedido de impugnação, com a indicação das eventuais falhas ou irregularidades que prejudiquem o Edital, deverá ser entregue fisicamente, de segunda a sexta-feira, das 10:00h às 17:00h, na sede do CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

6.3. Alternativamente, a impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacaocfbio@cfbio.gov.br, observando-se os respectivos prazos.

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

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

6.6. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

7.2. Não poderá participar desta concorrência:

a) empresa que se encontre sob falência, concordata, recuperação judicial ou extrajudicial, concurso de credores, ou em processo de dissolução, cisão, fusão, incorporação ou liquidação;

b) empresa estrangeira que não funcione no país;

c) empresa da qual o autor do *Briefing* seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado;

d) pessoa jurídica que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação aplicada por órgão ou entidade da Administração Direta e Indireta da União, ou ainda que tenha sido considerada inidônea pela Administração Pública estadual, distrital ou municipal;

e) empresas reunidas em consórcio ou pessoa física não empresária;

f) empresa em que – entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, ou equipes técnicas – figure quem seja ocupante de cargo ou emprego no CFBio;

g) empresa cujo administrador, proprietário ou sócio com poder de direção seja familiar de agente público, que exerça cargo em comissão ou função de confiança no CFBio.

h) empresa cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;

i) empresas que atuem sem fins lucrativos;

j) servidor do CFBio.

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

7.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

7.4. A participação nesta concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus Anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor; a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressaltando-se que o CFBio

não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

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

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

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

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

9.1.1. No **Invólucro nº 1**, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo CFBio.

9.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada, de segunda a sexta-feira, das 10 às 17h (horário de Brasília - DF), na sede do CFBio, situada no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP 70070-120.

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

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

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

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

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

9.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2021-CFBio

9.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

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

9.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2021-CFBio

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

9.1.3.3. O Invólucro nº 3 **não poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1. A Proposta de Preço deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no **Invólucro nº 4**.

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preço

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2021-CFBio

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

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

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

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

I. caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

II. capa e contracapa em papel A4 branco, com 90 gr/m^2, ambas em branco;

III. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m^2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2;

IV. espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, na superior e na inferior, a partir da borda;

V. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI. espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

VII. alinhamento justificado do texto;

VIII. texto e numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;

IX. numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

X. sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.5.

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

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, cor preta, tamanho ‘10 pontos’;

c) as páginas nas quais estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão:

c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) ser impressas na orientação paisagem.

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

I. ser editados em cores;

II. ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III. ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV. ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas nas quais estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

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

11.2.4.1. Esses exemplos devem se adequar às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 9.1.1.3 deste Edital.

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a oito páginas, ressalvando-se que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas apenas para separar os textos desses subquesitos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.1.1.3 e no subitem 11.2.4.1.

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

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

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

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

11.3.1. Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante demonstrará sua compreensão sobre a atuação do CFBio em suas ações de comunicação publicitária, o desafio de comunicação e os objetivos de comunicação expressos no *Briefing*;

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

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

a) apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e/ou material;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação expresso no *Briefing*, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

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

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a dez, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e deverão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou *layout* eletrônico para meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

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

11.3.3.3.2. Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem

suporte e/ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5. Cada peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

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

a) reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g) um *hotsite* cuja página de abertura e/ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no item 7 do *Briefing*, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e/ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

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

a) o período de distribuição das peças e/ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de comunicação e de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de comunicação e de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação e de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

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

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

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

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

I. ter a identificação da licitante;

II. ser datado;

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

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

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

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

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

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

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e a discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CFBio, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

11.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em

papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

11.8.1. A licitante deverá apresentar **dez** peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças e/ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2010.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

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

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

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

11.8.3. As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Licitante da atual ou da administração anterior.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

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

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

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

I. será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

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

III. não pode se referir a ações publicitárias solicitadas e/ou aprovadas pela administração atual do CFBio ou da administraçãoanterior;

IV. deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

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

11.10.2. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2010.

11.10.3. É permitida a inclusão de até cinco peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I. as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II. as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III. para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

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

11.10.4. Se a licitante apresentar apenas um Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

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

12.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão sobre:

a) a atuação do CFBio nos contextos social, político e econômico;

b) as características do CFBio e de suas atividades que sejam significativas para sua comunicação publicitária;

c) o desafio de comunicação expresso no *Briefing*;

d) os objetivos de comunicação expressos no *Briefing*.

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária a cargo do CFBio e ao desafio de comunicação expresso no *Briefing*;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária a cargo do CFBio com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária – o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no *Briefing*;

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária a cargo do CFBio, o desafio de comunicação expresso no *Briefing*, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

12.2.1.3. Ideia Criativa:

a) sua adequação ao desafio de comunicação expresso no *Briefing*;

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades de comunicação publicitária a cargo do CFBio;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e/ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CFBio;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

12.2.2. Capacidade de Atendimento:

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à comunicação publicitária a cargo do CFBio;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre o CFBio e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CFBio, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

12.2.3. Repertório:

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas.

12.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

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

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

QUESITOS/SUBQUESITOS		PONTOS
1. Plano de Comunicação Publicitária		70
I. Raciocínio Básico	05	

II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
III. Ideia Criativa	25	
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
2. Capacidade de Atendimento		10
3. Repertório		10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação máxima total		**100**

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

QUESITO	SUBQUESITO	ATRIBUTO	PONTOS
PLANO	**Raciocínio Básico (A)**	A1) atuação do CFBio nos contextos social, político e econômico	1,0
		A2) características do CFBio e de suas atividades significativas para sua comunicação publicitária	1,0
		A3) desafio de comunicação expresso no *Briefing*	2,0
		A4) objetivos de comunicação expressos no *Briefing*	1,0
	Estratégia de Comunicação Publicitária (B)	B1) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária a cargo do CFBio e ao desafio de comunicação expresso no *Briefing*	7,0
		B2) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	4,0
		B3) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária a cargo do CFBio com seus públicos	2,0
		B4) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária – o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar – proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no *Briefing*	7,0
		B5) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,0
		B6) capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária a cargo do CFBio, o desafio de comunicação expresso no *Briefing*, seus públicos, os objetivos de	2,0

		comunicação e a verba Disponível	
	Ideia Criativa (C)	C1) adequação ao desafio de comunicação expresso no *Briefing*	5,0
		C2) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	3,0
		C3) adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	1,0
		C4) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2,0
		C5) originalidade da combinação dos elementos que a constituem	3,0
		C6) simplicidade da forma sob a qual se apresenta	2,0
		C7) pertinência às atividades de comunicação publicitária a cargo do CFBio	3,0
		C8) desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados	3,0
		C9) exequibilidade das peças e/ou do material	1,0
		C10) compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos	2,0
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (D)	D1) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários	2,0
		D2) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	2,0
		D3) consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores	5,0
		D4) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material	3,0
		D5) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	3,0

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

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

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

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

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

QUESITO	ATRIBUTO	PONTOS
Capacidade de Atendimento (E)	E1) porte e tradição dos clientes atuais da licitante e conceito de seus produtos e serviços no mercado	1,0
	E2) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	3,0
	E3) adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à comunicação publicitária a cargo do CFBio	3,0
	E4) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	1,0
	E5) operacionalidade do relacionamento entre o CFBio e a licitante, esquematizada na proposta	1,0
	E6) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CFBio, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	1,0
Repertório (F)	F1) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	4,0
	F2) qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	4,0
	F3) clareza da exposição das informações prestadas	2,0
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (G)	G1) evidência de planejamento publicitário	2,0
	G2) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	3,0
	G3) relevância dos resultados apresentados	3,0
	G4) concatenação lógica da exposição	2,0

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

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

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

12.3.4. A pontuação da Proposta de cada licitante corresponderá à soma algébrica da pontuação dos quesitos.

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

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

12.4. Será considerada melhor classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação igual ou superior a **70 (setenta)** pontos e que não tenha obtido pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.5. Será desclassificada a Proposta que:

a) não alcançar, no total, **70 (setenta)** pontos;

b) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4;

c) propicie que seja identificada sua autoria antes da abertura dos Invólucros nº2.

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

12.7. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante melhor classificada nesta fase, será assim considerada a que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1, 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4.

12.7.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

13.1. A Proposta de Preço da licitante deverá ser:

I. apresentada:

a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II. elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preço que constitui o Anexo III.

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

14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

14.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

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

a) desconto inferior a 65% (sessenta e cinco por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 3% (três por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, e referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o

desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

14.4. A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

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

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTOS (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	P1 = 1 x Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	P2 = 3 x (3 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	P3 = 3 x (3 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'd' do subitem 14.3	P4 = 5 x (5 - Honorários)
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.	

14.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4, como segue: P = P1 + P2 + P3 + P4.

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

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

a) o maior percentual de desconto sobre o que se refere o item "a" do subquesito 14.3;

b) o menor percentual de honorários incidente sobre o que se refere o item "b" do subquesito 14.3.

14.4.3.2. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública prevista no subitem 19.4 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

15.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante melhor classificada no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

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

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

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 01/2021-CFBio

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

16.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I. em original; ou

II. sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III. em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV. em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

16.1.4.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

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

16.2. Para ser habilitada, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.2.

16.2.1. Habilitação Jurídica:

I. registro comercial, ato constitutivo, estatuto ou contrato social devidamente registrado no órgão de registro do comércio da sede ou do domicílio da licitante, para comprovação do ramo de atividade e do capital social, quando for o caso;

II. decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

16.2.2. Qualificação Técnica:

I. declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

II. certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, na forma prevista nos subitens 16.8 e 16.8.1.

16.2.3. Qualificação Econômico-financeira:

I. Certidão Negativa de falência, de concordata, de recuperação judicial ou extrajudicial (Lei nº 11.101/2005), expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datado dos últimos 30 (trinta) dias, ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores;

II. Balanço Patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da lei devidamente registrados, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

III. As empresas constituídas no ano em curso ou com menos de um ano poderão substituir o balanço anual por balanço de abertura (sociedades sem movimentação) ou balanço intermediário (sociedades com movimentação), devidamente autenticados pelo órgão de registro do comércio.

16.2.3.1. Entenda-se por “na forma da lei”:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de registro do comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de registro do comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976) ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão de registro do comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de registro do comércio.

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

a) do balanço referido no inciso II do subitem 16.2.3, 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):

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

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

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

b) dos balanços referidos no inciso III do subitem 16.2.3, cujo Índice de Solvência (S), obtido de acordo com a fórmula abaixo, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{Ativo\ Total}{Passivo\ Exigível\ Total}$$

16.2.3.2.1. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 16.2.3.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente.

16.2.3.2.2. 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', todos do subitem 16.2.3.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá comprovar capital social ou patrimônio líquido mínimo de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). A comprovação deverá ser feita relativamente à data da apresentação da documentação, pelo balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social ou pelo Registro comercial, ato constitutivo, estatuto ou contrato social.

16.2.4. Regularidade Fiscal e Trabalhista:

I. prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

II. prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

III. Certidão Negativa ou Certidão Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos às Contribuições Previdenciárias e às de Terceiros, expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (Anexo XI da Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 3/2007), observado o disposto no art. 4º do Decreto Federal nº 6.106/2007;

IV. prova de regularidade para com a Fazenda Nacional que deverá ser efetuada mediante certidão conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, referente aos tributos federais e à Dívida Ativa da União, por elas administrados, conforme preconizado no art. 1º do Decreto nº 6.106/2007;

V. certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

VI. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação, fornecido pela Caixa Econômica Federal, nos termos da Lei nº 8.036/1990;

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

VIII. Certificado de regularidade fiscal perante a fazenda distrital.

16.2.5. A licitante também deverá incluir, no Invólucro nº 5, declaração, na forma regulamentada pelo Decreto Federal nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no

inciso XXXIII do art. 7º da Constituição, elaborada conforme o modelo do Anexo V deste Edital.

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

16.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 34 da Lei nº 8.666/1993, expedido por órgão da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nos incisos I e II do subitem 16.2.4. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao CFBio a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

a) declaração(ões) expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, as quais ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, na forma prevista nos subitens 16.8 e 16.8.1;

c) comprovação de que possui capital social ou patrimônio líquido mínimo de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* a que se refere o subitem 17.5 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

e) declaração firmada conforme o modelo previsto no subitem 16.2.5.

16.5.1. Se as informações referentes ao capital social, ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 16.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam os incisos II e III do subitem 16.2.3, conforme o caso.

16.5.2. A empresa cuja habilitação parcial no SICAF apresente no demonstrativo 'Consulta Situação do Fornecedor', a ser impresso na quarta sessão pública, algum

documento vencido ou desatualizado, deverá inserir o respectivo documento no Invólucro nº 5, em plena validade, a fim de comprovar sua regularidade.

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

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

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

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

16.5.3.4. É recomendável que o pedido de cadastramento seja realizado com antecedência superior ao prazo mencionado no subitem 16.5.3.1, de modo a permitir que sejam feitos, antes da data da respectiva sessão pública, os ajustes eventualmente necessários.

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

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

16.8. O certificado de que tratam o inciso II do subitem 16.2.2 e a alínea 'b' do subitem 16.5 deste Edital emitido para a matriz da agência valerá para esta e para filial. Se emitido para a filial, valerá apenas para esta.

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

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

II. documento obtido no site do CENP ou de entidade equivalente na internet, caso em que a Comissão Permanente de Licitação verificará a validade do certificado no referido sítio.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

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

17.4. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus Anexos, observado o disposto no subitem 17.4.1.

17.4.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

17.5. A situação das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 16.5 deste Edital será verificada por meio da análise dos documentos ali mencionados e de consulta *on-line* ao:

I. SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa SLTI/MP nº 02/2010;

II. site do Tribunal Superior do Trabalho - TST, para verificação da regularidade trabalhista;

III. site do CENP ou de entidade equivalente, na hipótese prevista no inciso II do subitem 16.8.1 deste Edital.

17.6. Para a análise da habilitação das licitantes, na forma do subitem 17.4 ou 17.5, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas-Ceis, no Portal da Transparência mantido pelo Ministério da Transparência e a Controladoria Geral da União-CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis

por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça-CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União-TCU.

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

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que um deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CFBio.

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 3 (três) profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o CFBio.

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

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o CFBio, nos termos dos subitens 18.2 e 18.3.

18.3.3. A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o CFBio.

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

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

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

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

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

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2. Todas as propostas serão rubricadas pela Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

19.1.4. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.5. A Comissão Permanente de Licitação poderá, no interesse do CFBio, relevar aspectos puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

19.1.6. A Comissão Permanente de Licitação poderá suspender as sessões de abertura das Propostas de Preço e de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação a fim de ter melhores condições de analisar e decidir em cada caso.

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

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

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

PRIMEIRA SESSÃO

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital, especialmente as expressas nos subitens 9.1.1.3, 9.1.2.3, 9.1.3.3 e 10.1.3.

19.2.1. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

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

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão, na forma do item 21 deste Edital.

19.2.1.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.1, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.1.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano

de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.2. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 19.2.1 acima.

19.2.3. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

19.2.4. Se as licitantes estiverem de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 19.2.5 e seguintes. Caso contrário, a Comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de **5 (cinco) dias úteis** para a interposição de recursos.

19.2.4.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

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

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

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas;

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

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

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

19.2.5.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base no subitem 12.6 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

19.2.6. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.5 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

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

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7.1, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

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

TERCEIRA SESSÃO

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preço a licitante melhor classificada na Proposta Técnica que tiver sua Proposta de Preço considerada classificada;

f) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

QUARTA SESSÃO

19.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

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

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) informar o resultado da habilitação;

g) informar que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso;

h) informar que será publicado, na forma do item 21 deste Edital, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

19.5.1. Será impressa a Declaração referente à situação de cada licitante que optou por comprovar sua habilitação parcial via SICAF, conforme previsto nos subitens 16.5 e 17.5 deste Edital, a qual será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.5.1.1. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada quando da consulta ao SICAF e comprovar, exclusivamente mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, ter entregado a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão Permanente de Licitação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato à Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, gestor do SICAF.

19.5.2. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

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

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

a) nas sessões de abertura de invólucros;

b) no Diário Oficial da União;

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

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Presidente do CFBio, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no seguinte endereço: Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF - CEP: 70070-120.

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

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à Presidente do CFBio, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

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

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

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. VALOR CONTRATUAL E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

23.1. O valor contratual fica estimado em R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

23.2. As despesas serão executadas de acordo com o previsto nos subitens 3.3.5 e 3.3.5.1 deste Edital, tendo como referência o Planejamento Orçamentário Anual do CFBio, observado rigorosamente o valor global da contratação.

23.3. No exercício de 2021, as despesas correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

UNIDADE GESTORA	PROJETO	VALOR (R$)
CFBio	2003 - Campanhas Institucionais	2.000.000,00

23.4. Se o CFBio optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, nos próximos exercícios serão consignadas em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato.

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

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

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

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

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

24.4. À contratada poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, neste Edital e no contrato a ser firmado entre as partes.

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

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

24.7. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e dos contratos que vierem a ser assinados.

24.8. A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos ao CFBio sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolva.

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

24.10. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante desta concorrência para qualquer operação financeira.

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

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

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

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

a) atendimento: 2 (dois);

b) planejamento: 1 (um);

c) criação: 1 (uma) dupla;

d) produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica: 2 (dois);

e) mídia: 2 (dois).

24.14. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

25. GARANTIA

25.1. As disposições pertinentes à garantia contratual estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da minuta de contrato (Anexo IV).

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (Anexo IV).

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

26.3. Os pagamentos à contratada serão feitos exclusivamente mediante crédito em conta corrente, em nome da beneficiária junto ao Banco do Brasil - BB. Para tanto, deverão apresentar o número da conta corrente e agência onde desejam receber seus créditos.

27. FISCALIZAÇÃO

27.1. O CFBio nomeará um Executor titular e um substituto para executar a fiscalização do contrato resultante desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da minuta de contrato (Anexo IV).

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1. Pela inexecução total ou parcial do contrato o CFBio poderá, garantida a prévia defesa, aplicar ao contratado as seguintes sanções:

I. advertência;

II. multa, na forma prevista no subitem 28.1.2;

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

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

28.1.1. A advertência será aplicada por aviso escrito, emitido quando a licitante e/ou contratada descumprir qualquer obrigação contratual.

28.1.2. A sanção de multa será aplicada nos seguintes percentuais:

I. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, até o limite de 9,9% (nove inteiros e nove décimos por cento), que corresponde a até 30 (trinta) dias de atraso;

II. 0,66 % (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviços, calculado, desde o primeiro dia de atraso, sobre o montante das parcelas obrigacionais adimplidas em atraso, em caráter excepcional, e a critério do CFBio, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias, não podendo ultrapassar o valor previsto para o inadimplemento completo da obrigação contratada;

III. 1% (um por cento) do valor do contrato em caso de recusa injustificada do adjudicatário em assinar o termo contratual dentro do prazo estabelecido pela Administração;

IV. 1% (um por cento) sobre o valor do contrato que reste executar ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, em caso de rescisão contratual;

V. até 1% (um por cento) sobre o valor do contrato que reste executar ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula do contrato, respeitado o disposto nos incisos I e II do item 28.2.2.

28.1.2.1. A multa não impede que a Administração rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas em lei.

28.1.2.2. A multa será formalizada por simples apostilamento contratual, na forma do art. 65, § 8º, da Lei nº 8.666/1993, e será executada após regular processo administrativo, oferecido à contratada a oportunidade de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação.

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

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

28.1.3. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do subitem 28.1 poderão ser aplicadas juntamente com a de multa, facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

28.2. As sanções previstas nos incisos III e IV do subitem 28.1 poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, nos termos do art. 88 da Lei nº 8.666/1993:

I. tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preço ou dos Documentos de Habilitação.

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

29.2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que a agência classificada no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizará para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se o CFBio tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

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

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

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

29.6. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CFBio comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.

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

29.8. Qualquer tentativa, por parte de licitante, de influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

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

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

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

29.13. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I: *Briefing*;

b) Anexo II: Modelo de Procuração;

c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preço;

d) Anexo IV: Minuta de Contrato;

e) Anexo V: Modelo de Declaração - art. 27, V, da Lei nº 8.666/1993.

Brasília-DF, 18 de maio de 2021.

Conselheiro Jomar Carvalho Filho
Coordenador da Comissão Permanente de Licitação do CFBio

ANEXO I

BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

Com o avanço da ciência a Biologia evoluiu no Brasil. Trata-se de uma longa história que começou há 86 anos com o primeiro curso, então denominado de História Natural. Entretanto, a regulamentação da profissão de Biólogo e a criação do Conselho Federal de Biologia (CFBio) e de Conselhos Regionais de Biologia (CRBios) só vieram a efetivar-se com a sanção da Lei nº 6.684, em 3 de setembro de 1979, alterada pela Lei nº 7.017, de 30 de agosto de 1982, e regulamentada pelo Decreto nº 88.438, de 28 de junho de 1983.

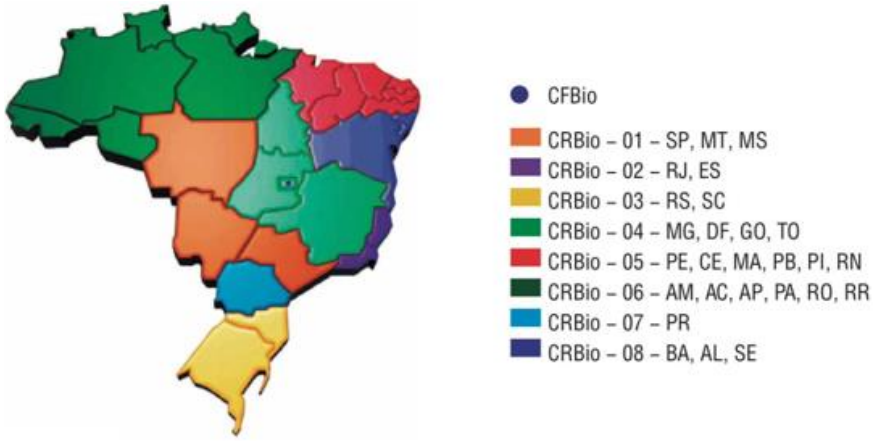
Nos tópicos a seguir, serão detalhadas informações institucionais a fim de contribuir para melhor compreensão sobre a atuação do CFBio nos contextos social, ambiental, político e econômico, e que poderão oferecer subsídios para a elaboração das propostas técnicas.

1.1. Função

O Conselho Federal de Biologia é o órgão do Sistema CFBio/CRBios de caráter normativo e fiscalizador e se constitui na instância recursal. Tem como objetivo orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão de Biólogo, bem como contribuir para a formação e o aprimoramento dos profissionais que atuam nas diferentes áreas das Ciências Biológicas, zelando pelo prestígio e bom conceito do profissional da Biologia e pela melhoria dos serviços prestados por ele à sociedade.

Além do Conselho Federal de Biologia, com sede em Brasília, integram o Sistema oito Conselhos Regionais (Figura 1), dotados de personalidade jurídica de direito público e de autonomia administrativa e financeira. São eles com suas respectivas jurisdições: CRBio-01 (SP, MT e MS), CRBio-02 (RJ e ES), CRBio-03 (RS e SC), CRBio-04 (MG, GO, TO e DF), CRBio-05 (PE, CE, MA, PB, PI, RN), CRBio-06 (AC, AP, AM, PA, RO e RR), CRBio-07 (PR) e CRBio-08 (BA, AL e SE).

Figura 1: Mapa com as regiões atendidas pelos CRBios



Fonte: Agenda do Biólogo de 2019

1.2. Missão

Os Conselhos Profissionais de Biologia têm como missão institucional:

- Defender, disciplinar e fiscalizar o exercício profissional do Biólogo, representando, em juízo e fora dele, os interesses gerais dos profissionais e assegurando a qualidade dos serviços prestados à sociedade.
- Zelar, juntamente com os Biólogos, pela vida em todas as suas formas e pelos interesses sociais, tendo como referência o desenvolvimento científico e tecnológico necessário à constante melhoria da qualidade de vida da população, à conservação e à sustentabilidade da biodiversidade e dos ecossistemas.
- Orientar os Biólogos sobre seus direitos e deveres profissionais estabelecidos em normas éticas e princípios, e em especial no Código de Ética.
- Estimular a honradez no exercício da profissão, velando pelo prestígio e bom nome dos Biólogos que a exercem.

1.3. Objetivos estratégicos

Os sete objetivos do Sistema CFBio/CRBios são:

- Assegurar as ações de orientação e fiscalização como fator de proteção da sociedade;
- Inovar, aperfeiçoar, integrar e otimizar a gestão e promover a integração dos profissionais com o sistema CFBio/CRBios;
- Fortalecer a imagem do sistema CFBio/CRBios e da profissão perante a sociedade;
- Estimular a formação de competências e habilidades do profissional e fomentar programas de educação continuada;
- Elaborar, acompanhar e aperfeiçoar normas de interesse do sistema CFBio/CRBios, da profissão e das Ciências Biológicas;
- Integrar o sistema CFBio/CRBios com os espaços de formação do Biólogo;

- Fortalecer a participação sócio-político-institucional junto às instituições públicas e privadas e entidades representativas de classe.

1.4. Mudanças institucionais

Desde a regulamentação da profissão de Biólogo, o Conselho Federal de Biologia passou por uma série de mudanças institucionais e operacionais. Em 1984, foi aprovada a aquisição da sede do CFBio em Brasília. A compra e instalação da primeira sede foi, então, numa sala de cem metros quadrados, no Edifício Brasília Rádio Center, tendo sido ampliada e reformada posteriormente.

No ano de 2014, a fim de ampliar sua capacidade de instalação, foi aprovada a aquisição da nova sede do CFBio em Brasília. Em outubro de 2015, a sede atual do Conselho Federal foi inaugurada, com mais de seiscentos metros quadrados, localizada no SBS, Qd. 2, Bloco "Q", Lote 3, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Salas 601 a 611.

Em 10 de janeiro de 2020, tomou posse no CFBio a 12ª gestão, com mandato até 10 de janeiro de 2024, tendo como integrantes da Diretoria: Maria Eduarda Lacerda de Larrazábal da Silva (Presidente), Eliézer José Marques (Vice-Presidente), Helena Lúcia Menezes Ferreira (Conselheira Secretária) e Alcione Ribeiro de Azevedo (Conselheira Tesoureira).

Como prioridades, a nova gestão elencou a melhoria contínua da profissão, fortalecendo os Conselhos Regionais para que estes possam crescer com o aumento de registros e da qualidade dos profissionais da Biologia, além de fomentar e intensificar os procedimentos de fiscalização em todo o país.

1.5. Visão

O Conselho Federal de Biologia visa a ser referência nacional, como órgão de profissão regulamentada, politicamente articulado e formador de opinião em questões referentes ao meio ambiente e à biodiversidade; à saúde; à biotecnologia e produção; e à educação, consolidando a profissão Biólogo como fator de proteção da sociedade.

1.6. Áreas de atuação do Biólogo

Com o desenvolvimento de seu conhecimento, o Biólogo passou a adquirir uma formação especializada, abrindo ainda mais os caminhos para sua atuação profissional em diversos campos, com grande espectro de opções para atuação no mercado de trabalho.

De acordo a Resolução CFBio nº 227/2010, que dispõe sobre a regulamentação das Atividades Profissionais e das Áreas de Atuação do Biólogo, ficaram estabelecidas as seguintes áreas em Meio Ambiente e Biodiversidade, Saúde e Biotecnologia e Produção:

Meio Ambiente e Biodiversidade

- Aquicultura: Gestão e Produção
- Arborização Urbana
- Auditoria Ambiental
- Bioespeleologia
- Bioética
- Bioinformática
- Biomonitoramento
- Biorremediação
- Controle de Vetores e Pragas
- Curadoria e Gestão de Coleções Biológicas, Científicas e Didáticas
- Desenvolvimento, Produção e Comercialização de Materiais, Equipamentos e Kits Biológicos
- Diagnóstico, Controle e Monitoramento Ambiental
- Ecodesign
- Ecoturismo
- Educação Ambiental
- Fiscalização/Vigilância Ambiental
- Gestão Ambiental
- Gestão de Bancos de Germoplasma
- Gestão de Biotérios
- Gestão de Jardins Botânicos
- Gestão de Jardins Zoológicos
- Gestão de Museus
- Gestão da Qualidade
- Gestão de Recursos Hídricos e Bacias Hidrográficas
- Gestão de Recursos Pesqueiros
- Gestão e Tratamento de Efluentes e Resíduos
- Gestão, Controle e Monitoramento em Ecotoxicologia
- Inventário, Manejo e Produção de Espécies da Flora Nativa e Exótica
- Inventário, Manejo e Conservação da Vegetação e da Flora
- Inventário, Manejo e Comercialização de Microrganismos
- Inventário, Manejo e Conservação de Ecossistemas Aquáticos: Límnicos, Estuarinos e Marinhos
- Inventário, Manejo e Conservação do Patrimônio Fossilífero
- Inventário, Manejo e Produção de Espécies da Fauna Silvestre Nativa e Exótica
- Inventário, Manejo e Conservação da Fauna
- Inventário, Manejo, Produção e Comercialização de Fungos

- Licenciamento Ambiental
- Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)
- Microbiologia Ambiental
- Mudanças Climáticas
- Paisagismo
- Perícia Forense Ambiental/Biologia Forense
- Planejamento, Criação e Gestão de Unidades de Conservação (UC)/Áreas Protegidas
- Responsabilidade Socioambiental
- Restauração/Recuperação de Áreas Degradadas e Contaminadas
- Saneamento Ambiental
- Treinamento e Ensino na Área de Meio Ambiente e Biodiversidade

Saúde

- Aconselhamento Genético
- Análises Citogenéticas
- Análises Citopatológicas
- Análises Clínicas * Esta Resolução em nada altera o disposto nas Resoluções nº 12/1993 e nº 10/2003.
- Análises de Histocompatibilidade
- Análises e Diagnósticos Biomoleculares
- Análises Histopatológicas
- Análises, Bioensaios e Testes em Animais
- Análises, Processos e Pesquisas em Banco de Leite Humano
- Análises, Processos e Pesquisas em Banco de Órgãos e Tecidos
- Análises, Processos e Pesquisas em Banco de Sangue e Hemoderivados
- Análises, Processos e Pesquisas em Banco de Sêmen, Óvulos e Embriões
- Bioética
- Controle de Vetores e Pragas
- Desenvolvimento, Produção e Comercialização de Materiais, Equipamentos e Kits Biológicos
- Gestão da Qualidade
- Gestão de Bancos de Células e Material Genético
- Perícia e Biologia Forense
- Reprodução Humana Assistida
- Saneamento Saúde Pública/Fiscalização Sanitária
- Saúde Pública/Vigilância Ambiental
- Saúde Pública/Vigilância Epidemiológica
- Saúde Pública/Vigilância Sanitária

- Terapia Gênica e Celular
- Treinamento e Ensino na Área de Saúde.

Biotecnologia e produção

- Biodegradação
- Bioética
- Bioinformática
- Biologia Molecular
- Bioprospecção
- Biorremediação
- Biossegurança
- Cultura de Células e Tecidos
- Desenvolvimento e Produção de Organismos Geneticamente Modificados (OGMs)
- Desenvolvimento, Produção e Comercialização de Materiais, Equipamentos e Kits Biológicos
- Engenharia Genética/Bioengenharia
- Gestão da Qualidade
- Melhoramento Genético
- Perícia/Biologia Forense
- Processos Biológicos de Fermentação e Transformação
- Treinamento e Ensino em Biotecnologia e Produção.

1.7. Canais de acesso e redes sociais digitais

O Conselho Federal de Biologia – CFBio conta com diversos canais de acesso disponíveis à sociedade, que vão desde o *site*, e-mails institucionais e telefones para contato, até a utilização de redes sociais digitais como *Facebook, Twitter, Instagram* e *Youtube*. Além disso, no Portal da Transparência, disponível no *site* deste Conselho, está o Sic (Serviço de Informação ao Cidadão), que possibilita a qualquer pessoa, física ou jurídica, encaminhar pedidos de acesso à informação, em atendimento à Lei de Acesso à Informação – LAI.

Especificamente sobre as redes sociais digitais, observa-se uma expansão expressiva, ao longo dos últimos anos, especialmente das plataformas *Facebook* e *Instagram*. A página do Conselho Federal de Biologia no *Facebook*, por exemplo, aumentou de 10,2 mil curtidas em 2015 para mais de 76,3 mil curtidas em 2021. Já no *Instagram*, o número de seguidores aumentou de 472, em 2017, para 43,9 mil em 2020, chegando a mais de 60,9 mil em 2021.

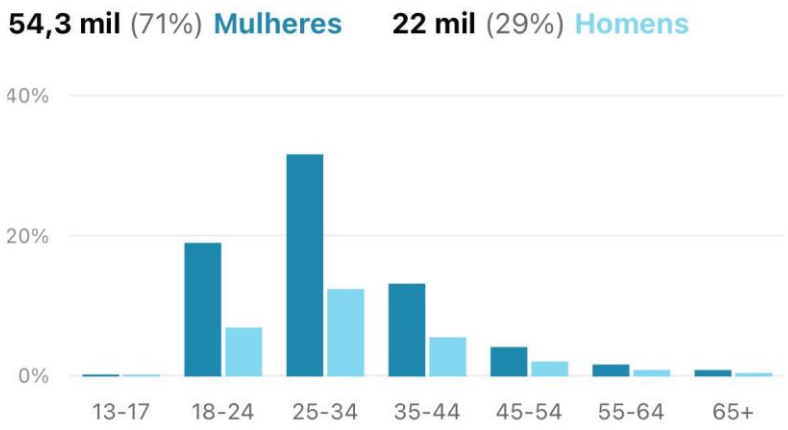
O CFBio também mantém canal no *Youtube*, que ganhou aumento significativo no ano de 2021, devido à realização de eventos com transmissão ao vivo sobre temáticas de

interesse de Biólogos e da sociedade. A título de exemplo citam-se *lives* sobre queimadas e incêndios florestais; a atuação dos Biólogos no contexto da pandemia de Covid-19, entre elas no desenvolvimento de vacinas e da imunização da população. O canal, que tinha 240 seguidores, em janeiro de 2017, alcançou o total de 3.960 seguidores em janeiro de 2021. O CFBio mantém ainda perfil no *Twitter*, com 2,4 mil seguidores em 2021.

1.8. Perfil do público em redes sociais

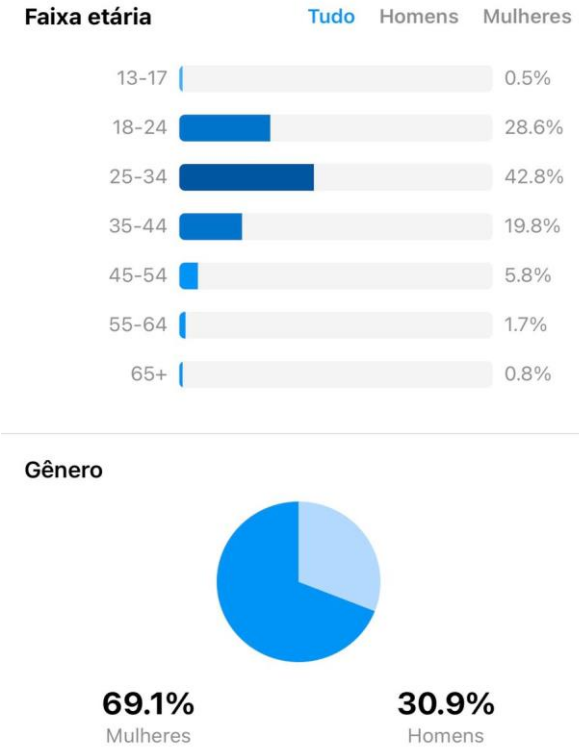
Em relação ao perfil dos cidadãos-usuários que acompanham as páginas do CFBio no *Facebook* e *Instagram* (Gráficos 1 e 2, respectivamente), constata-se que a maioria é do gênero feminino e possui idade entre 18 e 44 anos. No *Facebook*, o percentual de mulheres que seguem a página é de 71%, em detrimento de 29% do gênero masculino. Já no perfil do CFBio no *Instagram*, 69,1% da audiência é feminina e 30,9%, masculina.

Gráfico 1 – Faixa etária e gênero da audiência do CFBio no *Facebook*



Fonte: Facebook.

Gráfico 2 – Faixa etária e gênero da audiência do CFBio no *Instagram*



Fonte: Instagram.

2. DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

Os desafios de comunicação do Conselho Federal de Biologia, bem como dos Conselhos Regionais de Biologia, ocorrem em dois âmbitos principais.

Em primeiro lugar, destaca-se que embora a atuação da instituição tenha grande relevância para o fortalecimento da profissão no Brasil e para a defesa da sociedade, ainda há desconhecimento sobre o papel e as atribuições do Sistema CFBio/CRBios.

Em segundo lugar, observa-se a baixa visibilidade junto à sociedade das ações e dos serviços prestados pelo Sistema CFBio/CRBios, e do trabalho de Biólogos nas suas diversas áreas de atuação.

Esse cenário reverbera, por exemplo, na exclusão de Biólogos de processos seletivos, de concursos públicos e de vagas de emprego, sobretudo nas chamadas áreas de sombreamento e superposições com outras profissões. Também impacta na valorização profissional diante dos diversos setores da sociedade, em suas esferas política, econômica e administrativa.

Assim, o desafio está em desenvolver uma campanha capaz de divulgar as enormes contribuições que Biólogos e Biólogas têm oferecido, em suas diversas áreas de

atuação, e ao mesmo tempo de notabilizar o Sistema CFBio/CRBios como essencial para o fortalecimento da profissão e para a defesa da sociedade.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

O objetivo geral é mostrar Biólogos e Biólogas como profissionais que, por possuírem uma visão sistêmica e multidisciplinar, oferecem grandes contribuições para a sociedade em suas diversas áreas de atuação, bem como apresentar o CFBio e os CRBios como um sistema necessário para o fortalecimento da profissão e comprometido com a defesa da sociedade.

Como objetivos específicos, elencam-se:

- valorizar e destacar a atuação de Biólogos e Biólogas perante a sociedade;
- divulgar áreas de atuação de Biólogos e Biólogas;
- posicionar o Sistema CFBio/CRBios como referência nacional, como órgão de profissão regulamentada, politicamente articulado e formador de opinião em questões referentes as diversas áreas de atuação, consolidando a profissão Biólogo como fator de proteção da sociedade.

4. PÚBLICOS-ALVO

- Biólogos(as) do Sistema CFBio/CRBios;
- Estudantes das Ciências Biológicas;
- Estudantes de Ensino Médio em preparação para ingresso em Instituições de Ensino Superior;
- População economicamente ativa, 20+, ambos os sexos, pessoa física ou jurídica, a ser impactada com o discurso institucional da campanha;
- Setores público e privado que atuem em Meio Ambiente e Biodiversidade, na Saúde e na Biotecnologia e Produção.

5. PRAÇAS

Todas as regiões do Brasil.

6. PERÍODO

A campanha publicitária deve ser realizada entre os meses de agosto e setembro, com enfoque no dia 3 de setembro, data comemorativa ao “Dia do Biólogo”, em todo o território nacional.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Para aplicação no cálculo dos recursos de investimento da campanha, considerando produção, veiculação, exposição e/ou distribuição, a licitante utilizará como referência a verba de R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), considerando no máximo de 25% para produção e no mínimo de 75% para mídia.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

A licitante poderá obter mais informações sobre o Conselho Federal, os Conselhos Regionais de Biologia e sobre a profissão de Biólogo, no portal do CFBio (www.cfbio.gov.br).

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Conforme citado anteriormente, o CFBio conta com alguns canais de acesso do cidadão. Dentre eles, destacam-se:

- ✓ *Site:* www.cfbio.gov.br;
- ✓ Redes sociais digitais: *Facebook, Instagram, Youtube, Twitter* e *Flickr*;
- ✓ E-sic;
- ✓ Telefone.

10. ESFORÇOS RECENTES DE COMUNICAÇÃO

No ano de 2020, o Sistema CFBio/CRBios realizou uma campanha, com o *slogan* Fazendo História, veiculada nas redes sociais digitais dos Conselhos, em comemoração ao Dia do Biólogo. Seguem as ações realizadas:

a) Divulgação de nove relatos de Biólogos e Biólogas contando sua atuação durante a pandemia de Covid-19.

b) Realização da 1ª Conferência Nacional da Biologia, com transmissão ao vivo de 10 *webinars* no canal do CFBio no *Youtube* durante a semana do Dia do Biólogo.

c) Realização de ações interativas, com publicação de filtro no *Instagram* e de tema para foto de perfil no *Facebook.*

d) Publicação de 22 artes de divulgação da Confebio e de 9 artes de divulgação dos relatos de Biólogos e Biólogas, ao longo do mês de agosto.

e) Divulgação de vídeo publicitário nas redes sociais do CFBio e dos CRBios.

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

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

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2021-CFBio.

Poderes

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

_____ - ____de_____de 2021

EMPRESA

CARGO E NOME

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

ANEXO III

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: _____% (_____por cento);

b) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: _____% (_____por cento);

c) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: _____% (_____por cento);

d) honorários, a serem cobrados do Contratante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____% (_____por cento);

Outras declarações

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

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

Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos de comunicação e de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CFBio, nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

Estamos cientes de que o CFBio procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

Estamos cientes e de acordo com o disposto no item 28 do Edital e na Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

Esta Proposta de Preço está sendo apresentada em conformidade com o Edital desta concorrência.

Os pagamentos a cargo do CFBio, relacionados à execução contratual, deverão ser creditados no Banco do Brasil - BB, agência nº _____, conta corrente nº _____.

_____ - ____de_____de 2021

(nome da licitante)

_____

Representante legal

ANEXO IV

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE QUE, ENTRE SI, CELEBRAM O CONSELHO FEDERAL DE BIOLOGIA - CFBio, E A EMPRESA _____

Contrato nº _____

O CONSELHO FEDERAL DE BIOLOGIA - CFBio, Autarquia Federal criada pela Lei nº 6.684, de 3 de setembro de 1979, pessoa jurídica de direito público, devidamente inscrito no CNPJ/MF sob o n° 00.720.532/0001-01, com sede no Setor Bancário Sul, Quadra 02, Bloco "Q", Lote 03, Centro Empresarial João Carlos Saad, 6º andar, Brasília/DF, CEP 70070-120, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por sua Presidente, Maria Eduarda Lacerda de Larrazábal da Silva, e a empresa _____, inscrita no CNPJ (M.F.) sob n.º _____, com sede no _____, neste ato representada por seu representante legal, Sr(a). _____, portador(a) da cédula de identidade n° _____, doravante denominada **CONTRATADA**, firmam o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**, nos seguintes termos:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e, de forma complementar, das Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato – e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência nº 01/2021 e seus Anexos, bem como os documentos que tenham servido de base para o julgamento do certame.

2. CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO

2.1. Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas, produtos e/ou serviços ou instituições ou de informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o presente objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

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

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados pela CONTRATADA;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

2.1.1.1. As pesquisas e avaliações previstas na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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

2.1.2. Os serviços de publicidade originários deste contrato terão por objeto somente as atividades previstas nos itens 2.1 e 2.1.1, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial, as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

2.1.3. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do CFBio, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta cláusula.

2.1.5. A agência contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do CFBio, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

2.1.6. Os serviços serão prestados com vistas à consecução de ações de publicidade institucional, de utilidade pública, mercadológica e legal, de interesse da CONTRATANTE, sob a coordenação desta.

2.1.6.1. As ações de publicidade devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo, de orientação social ou mercadológico, visando a divulgação de produtos ou serviços da CONTRATANTE, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3. CLÁUSULA TERCEIRA - VIGÊNCIA

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o disposto no subitem 7.11 deste contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

4.1. O valor contratual fica estimado em R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. As despesas serão executadas de acordo com o previsto nos subitens 2.1.6 e 2.1.6.1 deste contrato, tendo como referência o Planejamento Orçamentário Anual da CONTRATANTE, observado rigorosamente o valor global da contratação.

4.3. No exercício de 2021, as despesas correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

UNIDADE GESTORA	PROJETO	VALOR (R$)
CFBio	2003 - Campanhas Institucionais	2.000.000,00

4.4. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas, nos próximos exercícios, no seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá, eventualmente, utilizar seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto deste contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no Distrito Federal, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada pelo menos pelos seguintes quantitativos de profissionais e respectivas áreas de atividades:

a) atendimento: 2 (dois);

b) planejamento: 1 (um);

c) criação: 1 (uma) dupla;

d) produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica: 2 (dois);

e) mídia: 2 (dois).

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos de comunicação e de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

5.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e/ou espaços publicitários diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de comunicação ou de divulgação.

5.1.5.1.1. O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de comunicação ou de divulgação à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de comunicação ou 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.

5.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II. só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores cadastrados pelo Governo do Distrito Federal no e-comprasdf, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III. apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre integrantes do Cadastro Unificado de Fornecedores do Distrito Federal que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV. exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V. a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI. juntamente com a cotação, deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

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

5.1.7.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do Executor deste contrato.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

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

5.1.7.6. As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.5 não se aplicam à compra de tempos e/ou espaços publicitários.

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

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I. um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II. dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação e de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem supracitado não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de comunicação e de divulgação nos planejamentos de mídia que apresentará para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos de comunicação e de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 deste contrato, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de comunicação e de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 deste contrato, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. A CONTRATADA se obriga a apresentar novo estudo prévio à CONTRATANTE sempre que houver alterações no tocante a meios, praças e veículos de comunicação e de divulgação dos quais se revela possível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente.

5.1.12. Imediatamente após a produção dos serviços, a CONTRATADA deverá encaminhar para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta, os seguintes itens:

a) TV e Cinema: 02 (duas) cópias em *Betacam*, e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: 02 (duas) cópias em CD;

c) Rádio: 02 (duas) cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: 02 (duas) cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e/ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16. Registrar, em relatórios de atendimento, todas as reuniões, mensagens e outros meios de comunicação correntes entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e, também, para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos de comunicação e de divulgação e os honorários da CONTRATADA pelos

serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

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

5.1.21. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

5.1.25. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.1.26.1. No tocante ao recolhimento dos encargos sociais incidentes sobre a folha de pagamento dos empregados, a comprovação por parte da CONTRATADA deverá ser realizada mês a mês.

5.1.27. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos de comunicação e de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

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

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

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

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

5.1.31.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

5.1.33. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição;

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas na execução deste contrato;

f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. A juízo da 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.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

7.1.1. Serão nomeados um Executor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas que forem, porventura, observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Executor verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

7.3. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE, de acordo com o disposto no subitem 5.1.8 deste contrato.

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

7.5. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

7.11. A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

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

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

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. Honorários de _____ % (_____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não

proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2. Honorários de_____ % (_____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3. Honorários de_____ % (_____ por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

8.1.4. _____ % (_____ por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA.

8.1.4.1. Os *layouts*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE,

poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

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

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

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

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 3% (três por cento) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.3. No caso de veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com os documentos exigidos no subitem 11.4, declaração expressa dos veículos programados nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

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

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

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Governo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

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

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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

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

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7 deste contrato.

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

I. a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

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

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

10.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos ou entidades do Governo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I. a correspondente Nota Fiscal Eletrônica [NF-e] ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica [NFS-e], conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da CONTRATADA, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF sob o n° 00.720.532/0001-01, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II. a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo de comunicação ou de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE, observado o disposto no inciso anterior em relação ao documento eletrônico;

III. os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O Executor deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I. serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1;

II. veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1 da demonstração do valor devido ao veículo de comunicação ou de divulgação, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5 deste contrato.

11.2.1. A liquidação da despesa com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terá o tratamento previsto no inciso I do subitem 11.2.

11.2.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas no inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA

deverá apresentar documento do veículo de comunicação ou de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, serão conferidos e atestados pelo Executor deste contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições do subitem 9.2.1 deste contrato.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I. Revista: exemplar original;

II. Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III. demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I. TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de comunicação ou de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1. como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de comunicação ou de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa

declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2. como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II. Mídia Exterior:

II.1. Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2. Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, com o *print* da tela.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos, será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no SICAF, mediante consulta *on-line*.

11.6.1. A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, 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, se:

I. não estiver cadastrada no SICAF;

II. se sua situação no SICAF apresentar documentação obrigatória vencida.

11.6.1.1. Em qualquer das situações previstas no subitem 11.6.1, a CONTRATADA deverá apresentar, ainda, a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

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

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

11.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP- DI), da Fundação Getúlio Vargas.

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

11.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso assumido pela CONTRATADA que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de serviços especializados e a veículos de comunicação e de divulgação em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos de comunicação e de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.2. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.3. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado

poderá implicar na suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

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

11.11. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar e obedecidos os prazos legais.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1. A CONTRATADA, no prazo de 20 (vinte) dias, contados a partir da data de assinatura deste contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor de R$ 20.000,00 (vinte mil reais), correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto no subitem 4.1 deste contrato.

12.2. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

12.3. Quando prestada por meio de caução em dinheiro, a garantia deverá ser depositada obrigatoriamente no Banco do Brasil, devendo ser liberada ou restituída após a execução do contrato, atualizada monetariamente.

12.4. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.5. Se a opção for pelo seguro-garantia:

a) a apólice indicará a CONTRATANTE como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de Direção Fiscal, Intervenção, Liquidação Extrajudicial ou Fiscalização Especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;

b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

12.6. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;

b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência deste contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;

c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

12.7. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

12.8. Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará na sua imediata rescisão.

12.9. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.12. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.13. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu Executor, de que os serviços foram realizados a contento e que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.13.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade lnterna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

12.14. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 12.2 deste contrato.

12.14.1. Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. A CONTRATADA está sujeita às sanções administrativas reguladas pela Lei nº 8.666/1993, nos termos do item 28 do Edital.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para assegurar o cumprimento das obrigações contratuais;

f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

i) não mantiver suas condições de habilitação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.10 e 11.10.1.

14.1.2. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CONTRATANTE, ou a execução da garantia contratual, para ressarcimento dos valores das multas e indenizações a ele devidos.

14.1.2.1. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 14.1.2, a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

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

14.2.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

14.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas neste contrato.

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

14.4.1. À CONTRATANTE se reserva o direito de continuar ou não com a execução deste contrato com a empresa resultante da alteração social.

14.4.2. Em caso de cisão, a CONTRATANTE poderá rescindir este contrato ou continuar sua execução, em relação ao prazo restante deste contrato, pela empresa que, entre as surgidas da cisão, melhor atenda às condições inicialmente pactuadas.

14.4.3. Em qualquer das hipóteses previstas no subitem 14.4, a ocorrência deverá ser formalmente comunicada à CONTRATANTE, anexando-se o documento comprobatório da alteração social, devidamente registrada.

14.4.3.1. A não apresentação do comprovante em até 5 (cinco) dias úteis após o registro da alteração social poderá implicar a aplicação das sanções previstas neste contrato e na lei.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

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

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

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

15.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de comunicação e de divulgação, serão disponibilizadas no *site* da CONTRATANTE na internet, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro de Brasília-DF, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato, em três vias de igual teor.

Brasília-DF, ___ de _____ de 2021.

_____
Maria Eduarda Lacerda de Larrazábal da Silva
Presidente do CFBio
CRBio 19194/05-D
CONTRATANTE

_____
Nome do Representante
CPF ou RG
Nome da Empresa
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

_____

_____

ANEXO V

MODELO DE DECLARAÇÃO - ART. 27, V, DA LEI Nº 8.666/1993

Referência: Concorrência nº 01/2021-CFBio

Processo CFBio nº 2021/000027

_____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

[se for o caso, acrescentar texto a seguir]

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

Local e data

_____

Representante legal