



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

EDITAL DE CONCORRÊNCIA CFMV Nº 90001/2026

PROCESSO ADMINISTRATIVO SUAP CFMV Nº 0110048.00000021/2024-41

CONTRATANTE (UASG): 389185

OBJETO: Contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO PARA O PERÍODO INICIAL DE 12 (DOZE) MESES: R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

DATA DA SESSÃO PÚBLICA PRESENCIAL: 24/06/2026, às 10h (horário de Brasília).

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: Melhor Técnica.

RETIRADA DO INVÓLUCRO – Via Não Identificada: No SIA Trecho 06, Lotes 130 e 140, Brasília/DF, CEP: 71205-060, em dias úteis, de segunda a sexta-feira, das 09h às 12h ou das 13h às 17h.



Baixe o APP Compras.gov.br e apresente sua proposta!



Compras.gov.br



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

SUMÁRIO	
1	DISPOSIÇÕES INICIAIS
2	OBJETO
3	VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS
4	CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO
5	RETIRADA DO EDITAL
6	ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL
7	IMPUGNAÇÃO DO EDITAL
8	CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES
9	RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
10	ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA
11	APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
12	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
13	ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS
14	APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS
15	JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
16	ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
17	APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
18	ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
19	COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA
20	DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS
21	RECURSOS ADMINISTRATIVOS
22	PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS
23	ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO
24	CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS
25	GARANTIA DE EXECUÇÃO
26	OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE
27	FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO
28	REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO
29	SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
30	DISPOSIÇÕES FINAIS
ANEXOS:	
I	BRIEFING
II	MODELO DE PROCURAÇÃO
III	MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
IV	TERMO DE REFERÊNCIA
V	MINUTA DE CONTRATO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

EDITAL DE CONCORRÊNCIA CFMV Nº 90001/2026

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA - CFMV, entidade fiscalizadora do exercício profissional, doravante denominado **ANUNCIANTE**, com sede no SIA Trecho 06, Lotes 130 e 140, Brasília/DF, CEP: 71205-060, neste ato, representado por sua Comissão Especial de Contratação – CEC, designada pela Portaria CFMV nº 06/2026, torna público, para ciência dos interessados, que realizará licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA**, na **FORMA PRESENCIAL**¹, critério de julgamento **MELHOR TÉCNICA**, para a **contratação de 1 (uma) agência de propaganda** para prestação de serviços de publicidade.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nºs 4.680/1965 e 14.133/2021.

1.3. Aplicam-se também a esta Concorrência o Decreto nº 6.555/2008, o Decreto nº 57.690/1966, o Decreto nº 4.563/2002, a Instrução Normativa SECOM nº 9/2025 e suas atualizações, disponível no endereço www.gov.br/secom/ptbr/aceso-a-informacao/legislacao, bem como a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023, e as disposições deste Edital.

2. OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade a serem executados por intermédio de agência de propaganda, 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, a compra de mídia e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral, atendendo ao princípio da publicidade e ao direito à informação.

2.1.1. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares (Lei nº 12.232/10, art. 2º, § 1º, incs. I a III), os serviços especializados pertinentes:

¹ Após levantamento de mercado, constatou-se que o Sistema Compras.gov.br não dispõe, no momento, das funcionalidades necessárias à realização da Concorrência com critério de julgamento “Melhor Técnica” para serviços de publicidade, especialmente quanto à preservação do anonimato das propostas técnicas e ao adequado suporte ao rito procedimental. Assim, justifica-se a adoção da Concorrência, Melhor Técnica, na forma presencial, mediante autorização da autoridade competente, com sessão pública registrada em ata, áudio e vídeo, assegurando a transparência, a isonomia e a publicidade do certame, nos termos do § 2º do art. 17 da Lei 14.133/2021 e da Decisão 1546/2025 - PR/DE/CFMV/SISTEMA.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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, relacionados à execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos;

c) à produção de conteúdo, à criação e à execução técnica de ações e peças de comunicação para canais digitais; e

d) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam a difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O planejamento, previsto no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2.2. Para a prestação dos serviços será **contratada 1 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada, conforme métrica estabelecida no art. 5º, § 1º, da Instrução Normativa SECOM nº 9/2025.

2.2.1. O serviço objeto da presente Concorrência será contratado por meio de agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

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

2.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 deste Edital.

3. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2 As despesas decorrentes deste objeto estão previstas sob a Rubrica 6.2.2.1.1.01.02.02.006.015 – Publicidade Institucional - PJ.

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

3.4. No interesse do ANUNCIANTE, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais,



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei 14.133/2021.

3.5. Se o ANUNCIANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.5.1. Na prorrogação, o ANUNCIANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

3.5.2. O ANUNCIANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

4.2. Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que atendam ao disposto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

4.3. Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que:

- a) tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública direta ou indireta federal, estadual, municipal ou distrital;
- b) esteja impedida de licitar e contratar com a União;
- c) tenha sido punida com a suspensão do direito de licitar ou contratar com o CFMV;
- d) esteja elencada no art. 14 da Lei nº 14.133/2021;
- e) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

f) constitua sociedade integrante de um mesmo grupo econômico, assim entendida aquela que tenha diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilize recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não age representando interesse econômico em comum;

g) em razão da prática de ato de improbidade administrativa, o sócio majoritário esteja proibido de contratar com o poder público;

h) seja estrangeira que não funcione no País;

i) tenha sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados que integrem a Subcomissão Técnica ou tenha qualquer vínculo profissional com o CFMV;

j) que atue sem fins lucrativos;

k) que esteja reunida em consórcio, conforme disposto no item 3.24² do Estudo Técnico Preliminar (ETP);

l) organizada em cooperativas, conforme disposto no item 3.25³ do Estudo Técnico Preliminar (ETP).

4.4. A fim de verificar as condições de participação previstas neste item, a Comissão Especial de Contratação realizará consulta nas seguintes bases de dados:

4.4.1. SICAF e Relação de Servidores disponível no Portal da Transparência do CFMV, a fim de verificar a composição societária das empresas e certificar eventual participação indireta que ofenda o art. 14, IV, da Lei nº 14.133/2021;

4.4.2. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis>);

4.4.3. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>);

² 3.24. Da Participação de Consórcio: No que diz respeito à presente contratação de serviços de publicidade, assim como nas contratações vigentes e anteriores, entendeu-se que, por não se tratar de um objeto de alta complexidade ou de grande vulto, mas sim de serviços comumente prestados por agências de propaganda que possuem a expertise e capacidade técnica necessárias, o edital deve vedar a participação de empresas reunidas em consórcio.

³ 3.25. Da Participação de Cooperativas: Dada a significativa complexidade dos serviços de publicidade e propaganda a mesma linha das contratações vigentes e anteriores do CFMV, a presente contratação não deve permitir a participação de empresas reunidas em cooperativas.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

4.4.4. Certidão do Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade (CNIA), mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) (https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php?validar=form);

4.4.5. Certidão de Licitantes Inidôneos, mantido pelo Tribunal de Contas da União (<https://portal.tcu.gov.br/certidoes/>);

4.5. Constatada a ocorrência objetiva de uma das hipóteses de impedimento de participação previstas neste item, Comissão Especial de Contratação relatará o fato e concederá à respectiva licitante a oportunidade de manifestação acerca da matéria e, eventualmente, a comprovação do afastamento dos efeitos da causa impeditiva de participação no certame.

4.6. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma proposta.

4.7. A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Contratação o invólucro padronizado previsto no **subitem 10.1.1.1** e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

5. RETIRADA DO EDITAL

5.1. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no Diário Oficial da União, no sítio eletrônico oficial da CONTRATANTE e no Portal Nacional de Compras Públicas – PNCP, eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

5.2. Será gratuita a retirada deste Edital nos sítios descritos a seguir, observados os procedimentos ali estabelecidos:

5.2.1. Portal Nacional de Contratações Públicas: <https://www.gov.br/pncp/pt-br>

5.2.2. Portal do CFMV: <https://www.cfmv.gov.br/concorrenca/>



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

5.3.1. nas sessões de abertura de invólucros;

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

5.4. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da União e no endereço eletrônico, citado no subitem 5.2, eventuais alterações ou informações sobre esta Concorrência.

5.5. Mais informações por meio do telefone (61) 3900-0400 e/ou do e-mail cpl@cfmv.gov.br, em dias úteis, compreendidos de 2ª a 6ª feira, no horário das 9h às 12h e das 13h às 17h.

6. ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Especial de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em **até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame**, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

6.1.1. por carta ou ofício: protocolizado no CFMV, no SIA Trecho 6, Lotes 130 e 140 – Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 17h; CEP: 71.205.060 – em dias úteis; ou

6.1.2. por e-mail, para o endereço eletrônico: cpl@cfmv.gov.br, até às 23h59 do último dia do prazo estabelecido.

6.2. As respostas da Comissão Especial de Contratação aos pedidos serão divulgadas em sítio eletrônico oficial: <https://www.cfmv.gov.br/concorrencial/>, no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

6.2.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.2.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação - Via Não Identificada).



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.3. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas, e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.4. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento da Proposta Técnica previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÕES DO EDITAL

7.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133/2021.

7.2. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser apresentado das seguintes formas:

7.2.1. por carta ou ofício: protocolizado no CFMV, no SIA Trecho 6, Lotes 130 e 140 – Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 17h; CEP: 71.205.060 – em dias úteis; ou

7.2.2. por e-mail, para o endereço eletrônico: cpl@cfmv.gov.br, até às 23h59 do último dia do prazo estabelecido.

7.3. Nos casos previstos nos subitens 7.2.1 e 7.2.2, o documento original e/ou e-mail deverão ser apresentados nos endereços citados anteriormente e nos horários previstos **em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, sob pena de decair o direito de impugnar os termos deste Edital.**

7.4. As respostas da Comissão Especial de Contratação aos pedidos de Impugnações serão divulgadas em sítio eletrônico oficial, endereço eletrônico: <https://www.cfmv.gov.br/concorrencia/>, **no prazo de até 3 (três) dias úteis**, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170 da Lei nº 14.133/2021.

7.4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Especial de Contratação, o cidadão, a empresa e/ou a licitante que não se manifestar em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.4.1.1. Considera-se licitante, para efeito do inciso I do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Contratação 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 Preços e com os Documentos de Habilitação.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

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

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo, com os poderes constantes do modelo que constitui o [Anexo II](#).

8.1.3.1. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Especial de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas 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 Preços 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 Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão Especial de Contratação em 5 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 16 deste Edital.

INVÓLUCRO 1	Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada)	Item 10 do edital
INVÓLUCRO 2	Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)	Item 10 do edital
INVÓLUCRO 3	Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Item 10 do edital
INVÓLUCRO 4	Proposta de Preços	Item 13 do edital
INVÓLUCRO 5	Documentos de Habilitação - Das licitantes com propostas técnicas e de preços classificadas	Item 16 do edital

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

Data da Sessão	24/06/2026
Horário	10h (horário de Brasília/DF)
Local	SIA – Trecho 6, Lotes 130 e 140 – Brasília/DF

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

9.3. Os invólucros de número 05, contendo os Documentos de Habilitação, serão recebidos e abertos em data, local e horário a serem designados pela Comissão Especial de Contratação.

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

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios, obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente às orientações constantes do item 22.

10. ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Contratação acondicionada nos Invólucros nºs 1, 2 e 3.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

INVÓLUCRO Nº 1

10.1.1. 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 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **invólucro padronizado**, fornecido pela Comissão Especial da Contratação, **a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor de Licitações** e endereço do CFMV, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 17h.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 2

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

10.1.2.1. 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 CFMV nº , – CFMV

10.1.2.2. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

INVÓLUCRO Nº 3

10.1.3. 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, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. 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 CFMV nº 90001/2026 – CFMV

10.1.3.2. 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.

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos constantes do Termo de Referência, a saber:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	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 a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante.

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;
- d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 10.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto 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 em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto da alínea 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

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 nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 22.2.1 e no subitem 22.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta Concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o **Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos**. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 10.2, no que couber.

11.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* (Anexo I), observadas as seguintes orientações:

11.3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

11.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no *Briefing*, compreendendo:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas 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 **10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:**

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Na mídia de apresentação (*pen drive*) **não** poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de **10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:**

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

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

11.3.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

III. plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

IV. plano de formas inovadoras de comunicação publicitária: composto por planilhas com a indicação de uso de plataformas de comunicação e divulgação, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI);

V. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 11.3.4.2.1 e 11.3.4.2.2
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;

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

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.2.1. No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

11.3.4.2.2. Para fins desta Concorrência, enquadram-se na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação) as ações destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, a exemplo das redes sociais, dos sites de buscas e das plataformas digitais (Facebook, Google, Instagram, Twitter, TikTok, Kwai, LinkedIn e YouTube, entre outros).

11.3.4.3. Nessa simulação:

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

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1. Caso o 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 10.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

11.4.1. Dentro do Invólucro nº 02, em mídia digital (*pen drive*) – de escolha livre da licitante, desde que não haja qualquer possibilidade de identificação da autoria deste antes de sua abertura – deverá ser apresentado uma versão na íntegra do Plano de Comunicação Publicitária apócrifo, incluindo as peças exemplificadas, bem como os cadernos de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problema de Comunicação.

11.4.1.1. A exigência prevista no item anterior tem por finalidade facilitar e tornar mais eficiente a posterior disponibilização dos documentos desta Concorrência para livre acesso às licitantes no sítio eletrônico competente, especialmente na fase recursal.

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

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação 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 ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de dia 1º de janeiro de 2021.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

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

11.8.2. Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar **3 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, cada um com o máximo **de 5 (cinco) páginas**, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

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

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

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

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de dia 1º de janeiro de 2021.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*, 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 qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

11.10.3.2. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 19 do Edital, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

12.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.2.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a 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 ANUNCIANTE.

12.2.3. Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária			65 pontos
SUBQUESITOS	1.1. Raciocínio Básico	10 pontos	
	1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos	
	1.3. Ideia Criativa	20 pontos	
	1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos	
2. Capacidade de Atendimento			15 pontos
SUBQUESITOS	2.1. Clientes	3 pontos	
	2.2. Profissionais	6 pontos	
	2.3. Infraestrutura	2 pontos	
	2.4. Sistemática de Atendimento	1 ponto	
	2.5. Informações de Marketing	3 pontos	
3. Repertório		10 pontos	10 pontos
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10 pontos	10 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		100 PONTOS	

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

12.3.3.1. Se a média apresentar mais de uma casa decimal, o valor será truncado para a primeira casa decimal, sem arredondamento.

Exemplos:

Nota da Subcomissão 1 = 2,8

Nota da Subcomissão 2 = 2,5

Nota da Subcomissão 3 = 2,7 Média aritmética = $(2,8 + 2,5 + 2,7) \div 3 = 2,666...$

Pontuação final = 2,6

12.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.6 deste Edital.

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, o mínimo de **75 (setenta e cinco) pontos**;

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

12.5.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea ‘a’ do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

12.5.2. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 19.4 deste Edital.

12.6. Na hipótese de empate, que impeça a identificação automática da melhor Proposta Técnica, serão adotados, sucessivamente, os seguintes critérios de desempate:

12.6.1. maior pontuação no subquesito “Estratégia de Comunicação Publicitária”;

12.6.2. persistindo o empate, maior pontuação no subquesito “Ideia Criativa”;

12.6.3. persistindo o empate, maior pontuação no quesito “Capacidade de Atendimento” (experiência, equipe e infraestrutura);

12.6.4. persistindo o empate, maior número de campanhas realizadas, nos últimos 5 (cinco) anos, para órgãos ou entidades da Administração Pública, mediante comprovação documental;

12.6.5. persistindo o empate, maior número de profissionais qualificados na equipe permanente da agência, mediante declaração e documentação comprobatória.

12.7. Persistindo o empate em todos esses subquesitos, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 22.3 ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Contratação, cuja data será divulgada na forma do item 20 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. No Invólucro nº 4, entregue a Comissão Especial de Contratação, na primeira sessão publica, deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2026 – CFMV

13.1.2. O Invólucro nº 4 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.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o [Anexo III](#) e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, 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.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos dos arts. 36 e 37 da Lei 14.133/2021, **não serão aceitos:**

- a) Desconto inferior a 55,11% (cinquenta e cinco vírgula onze por cento)** a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal – SINAPRO/DF, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) Percentual de honorários superior a 6,09% (seis vírgula zero nove por cento),** incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;
- c) Percentual de honorários superior a 4,47% (quatro vírgula quarenta e sete por cento),** incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

- I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
- II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) **Percentual de honorários superior a 8,35% (oito vírgula trinta e cinco por cento)**, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

DIREITOS AUTORAIS - PARA COMPOR AS CONDIÇÕES DOS DIREITOS AUTORAIS

e) 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 43,75% (quarenta e três vírgula setenta e cinco por cento)**. Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

f) 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 43,75% (quarenta e três vírgula setenta e cinco por cento)**. Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

14.3. O prazo de validade da Proposta de Preços **deverá** ser de no mínimo 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Contratação realizará com ela diligência nos termos do art. 64, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

14.3.1.2. As Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas pela Comissão Especial de Contratação no tocante ao atendimento das disposições deste Edital.

14.3.1.3. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Proposta esteja em conformidade com as disposições deste Edital.

14.3.1.4. Será desclassificada a licitante cuja Proposta tenha sido apresentada com vício insanável em relação às disposições deste Edital.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

15.1. O julgamento das Propostas Técnicas será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010 e IN 12/2023-SEGES, e demais legislações correlatas, para o critério de julgamento **Melhor Técnica.**

16. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

16.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será excluída do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.2 deste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Invólucro nº 5

16.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues 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 90001/2026 – CFMV

16.1.3. O Invólucro nº 5 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.

17. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - em via original; ou

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

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja apresentada a via original, para conferência pela Comissão Especial de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

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

17.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Especial de Contratação.

17.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

17.2.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

17.2.2. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

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

c) regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) 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;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

17.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

17.2.2.3. Será considerada como válida pelo, prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

17.2.3. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA (ITEM/SUBITEM 8.20 DO TR)

a) ao menos uma declaração/certidão, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital, bem como das condições contidas nos subitens 8.22 do Termo de Referência, a saber:

a1) A empresa deverá apresentar 1 (um) atestado de capacidade técnica para cada um dos seguintes trabalhos:

I. Plano de Comunicação Publicitária com estratégia de mídia em nível nacional, regional ou estadual;

II. Planejamento de produção de vídeo publicitário de 30 segundos;

III. Criação de peças gráficas para campanha Publicitária e em Redes Sociais.

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no *site* do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Contratação.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

17.2.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação extrajudicial, expedida pelo distribuidor do juízo da sede ou domicílio da Licitante ou da filial de empresa que tenha sede fora do Brasil, dentro do prazo de validade;

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

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

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133/2021, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresárias em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-Lei nº 486/1969;

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 ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente 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 competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 17.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) do balanço referido no subitem 17.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

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

17.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

17.2.4.4. 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 17.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor estipulado no subitem 3.1 deste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

17.2.5 Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À Comissão Especial de Contratação
Referente Concorrência nº 90001/2026 – CFMV

<nome da licitante>, 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 VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>
Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data _____

Representante da Licitante _____

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta:

À Comissão Especial de Contratação
Referente Concorrência nº 90001/2026 – CFMV

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 17.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante >

17.3. 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.

17.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 17.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a existência de fatos supervenientes impositivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

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

a) declaração(ões), expedidas 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 2.1 do edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 17.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral, Liquidez Corrente e Solvência – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 18.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 17.2.5.

17.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 17.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 17.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 17.2.4.1.

17.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. A Comissão Especial de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4 do Edital, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital.

18.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 17.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025.

18.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

18.1.2. Para a análise da habilitação 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, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

18.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Especial de Contratação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

19. COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1. Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Contratação, **com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.**

19.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que tenham atuado em uma dessas áreas nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta em atividades correlacionadas ao objeto desta licitação, sendo que o termo inicial para essa contagem de prazo será a data de publicação do edital.

19.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, 2/3 (dois terços) dos integrantes deverão possuir vínculo com o sistema CFMV/CRMVs. O 1/3 (um terço) restante será composto por membros sem vínculo funcional ou contratual com o órgão, **cujas participação é restrita a servidores ou empregados públicos de qualquer esfera da Administração, os quais serão selecionados mediante processo público de credenciamento, em observância à Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025.**

19.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (dois) sem vínculo com o ANUNCIANTE, por ela previamente cadastrados.

19.3.1. Os nomes remanescentes da relação, após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

19.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 19.3, a Comissão Especial de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 19.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

19.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 será publicada 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

19.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial de Contratação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos subitens 19.2.1, 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

19.3.4. 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 19.3, mediante a apresentação à Comissão Especial de Contratação de justificativa para a exclusão.

19.3.5. 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.

19.3.6. 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.

19.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 19.3 e 19.3.1 deste Edital.

19.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

19.3.7. 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 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19.4. A Comissão Especial de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

19.4.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO
TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, matrícula nº _____, lotado no _____, integrante da Comissão Especial de Contratação, responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência CFMV 90001/2026, realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

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

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

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

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

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

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

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

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA
ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta Concorrência para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, é processada e julgada por Comissão Especial de Contratação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida na entidade contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente na entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Contratação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu,, matrícula/Carteira de Identidade nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência, realizado pelo(a), para a contratação de agência de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

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

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que, em razão da sua natureza, seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

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

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

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

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

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

Data: ____ de ____ de ____.

Assinatura



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

19.4.1.1. Os membros da Comissão Especial de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do Capítulo I do Título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

20. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

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

- a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1. Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Presidente Comissão Especial de Contratação – CEC, protocolizada na sede do CFMV, no SIA Trecho 6, Lotes 130 e 140, Brasília-DF, de segunda a sexta-feira, no horário das 8h às 17h e/ou pelo endereço eletrônico: cpl@cfmv.gov.br até às 23h59 do último dia do prazo.

21.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão contrarrazoá-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

21.3. Recebida(s) a(s) contrarrazão(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Especial de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

21.4. 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.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

21.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Contratação, motivadamente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões, se o seu cumprimento imediato for suscetível de causar ao Anunciante e/ou às Licitantes grave dano de difícil ou incerta reparação.

22. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

22.1. Serão realizadas 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 Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

22.1.1 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.

22.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

22.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

22.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

22.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão Especial de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 19.4.1.

22.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Especial de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

22.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

22.1.8. A Comissão Especial de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas às normas legais aplicáveis.

PRIMEIRA SESSÃO

22.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 e terá a seguinte pauta inicial:

- a)** identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b)** verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 4 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c)** receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d)** conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital.

22.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação se:

- a)** não estiver identificado;
- b)** não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c)** não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

22.2.1.1. Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas no subitem 22.2.1, a Comissão Especial de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

22.2.2. 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 Especial de Contratação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b)** retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;
- c)** abrir o Invólucro nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- e)** informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 20 deste Edital.

22.2.2.1. A Comissão Especial de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 22.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

22.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Contratação.

22.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Especial de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão Especial de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

22.2.3. A Comissão Especial de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 22.2.2 acima.

22.2.4. 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 Especial de Contratação.

22.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 22.2.6 e seguintes. Caso contrário, a comissão divulgará o resultado na forma do item 20, abrindo-se o prazo de 05 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

22.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Contratação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 20, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 21 deste Edital.

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

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

22.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

22.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

22.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 22.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

22.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 20, 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 os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 20, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21 deste Edital.

22.3.1. 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, a partir de solicitação da Comissão Especial de Contratação.

TERCEIRA SESSÃO

22.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 20, 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;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

- b)** abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d)** analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e)** identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 14.2 e 14.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f)** proceder à negociação de que trata o art. 61 da Lei nº 14.133/2021, bem como nos termos estabelecidos no subitem 14, com a Comissão Especial de Contratação, se a licitante mais bem classificada no julgamento técnico não tiver apresentado a Proposta de menor preço;
- g)** adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h)** declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:
- h1)** tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou
- h2)** tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i)** informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 20, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21 deste Edital.

QUARTA SESSÃO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

22.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 20, 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, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c)** receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- 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)** dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 20, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g)** informar que será publicado, na forma do item 20, 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.

23. ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

23.1. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade competente para adjudicar o objeto e homologar o procedimento, observado o disposto no subitem 30.10 deste Edital.

23.2. Será vencedora desta Concorrência a licitante que:

- a)** tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do Item 14, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no art.61, § 1º, da Lei nº 14.133/2021; e

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 17 deste Edital.

24. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

24.1. A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

24.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

24.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer no prazo estipulado para assinar o contrato, a CONTRATANTE poderá convocar a licitante remanescente, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, independentemente da cominação prevista no art. 90, § 5º, da Lei nº 14.133/2021.

24.2 Antes da celebração do contrato, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em atenção ao disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

24.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da última sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da [Cláusula Terceira da Minuta de Contrato](#) (Anexo V).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme as condições dispostas na [Cláusula Décima Quarta da Minuta de Contrato](#) (Anexo V)



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

24.5. 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 § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

24.6. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em Brasília-DF, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto nos subitens 6.3 e 6.3.1 da Cláusula Sexta da Minuta de Contrato (Anexo V).

24.7. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta Concorrência e a Proposta de menor preço.

25. GARANTIA DE EXECUÇÃO

25.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Segunda da Minuta de Contrato (Anexo V).

26. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

26.1. As obrigações da CONTRATADA e da CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da Minuta de Contrato (Anexo V), conforme o art. 89, § 2º, da Lei nº 14.133/2021.

27. FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

27.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes 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 V).

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

28.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nova e Décima da Minuta de Contrato (Anexo IV), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 14 deste Edital.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

28.2. A forma e as condições de liquidação e pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

29. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

29.1. Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1 do edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

29.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 24.1.1.1 deste Edital.

29.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1. É facultada à Comissão Especial de Contratação, 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 Preços ou dos Documentos de Habilitação.

30.2. A Comissão Especial de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato. Ao fim do procedimento de vistoria, a Comissão Especial de Contratação elaborará o respectivo termo de vistoria, o qual será encaminhado à Subcomissão Técnica.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

30.3. A Comissão Especial de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 30.1 e 30.2 deste Edital.

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

30.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação da licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta Concorrência, nos termos do Item 30.10.

30.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com a contratada não for prorrogado, ou for resolvido ou resilido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida à ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

30.6. 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.

30.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o ANUNCIANTE, comunicará os fatos à Comissão de Apuração para condução dos procedimentos administrativos sancionatórios no âmbito do Conselho Federal de Medicina Veterinária - CFMV.

30.8. 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. 337-I do Código Penal, incluído por meio da Lei nº 14.133/2021.

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

30.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

30.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

30.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

30.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Especial de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, remarcando o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a(s) alteração(ões) implementada(s) no instrumento de convocação não afetar a formulação das Propostas.

30.12. Em atendimento ao previsto nos arts. 8º e 49 da IN SECOM/PR Nº 9/2025, bem como do § 2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021, as sessões públicas serão registradas em atas e gravadas em áudio e vídeo.

30.12.1. A primeira sessão só terá divulgação do áudio e vídeo após a entrega das atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3 e respectivas planilhas de julgamento pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, com objetivo de garantir que o teor apócrifo da proposta não seja violado antecipadamente.

30.13. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º, da Lei nº 14.133/2021.

30.14. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária do foro de Brasília/DF.

30.15. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e endereço eletrônico: <https://www.cfmv.gov.br/concorrenciac/>



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

30.16. Integram este Edital os seguintes Anexos:

- 30.16.1.** Anexo I: Briefing;
- 30.16.2.** Anexo II: Modelo de Procuração;
- 30.16.3.** Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- 30.16.4.** Anexo IV: Termo de Referência;
- 30.16.5.** Anexo V: Minuta de Contrato.

Brasília-DF, 29 de abril de 2026.

Documento assinado digitalmente
gov.br MICHEL DE LIMA
Data: 29/04/2026 15:12:44-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

MICHEL DE LIMA
Presidente da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026

Documento assinado digitalmente
gov.br VITOR HUGO DA SILVA RAMOS
Data: 29/04/2026 15:00:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

VITOR HUGO DA SILVA RAMOS
Membro da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026

Documento assinado digitalmente
gov.br EIDAMAR RODRIGUES MARTINS
Data: 29/04/2026 15:16:14-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

EIDAMAR RODRIGUES MARTINS
Membro da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026

Documento assinado digitalmente
gov.br FERNANDA SILVA VELOSO
Data: 29/04/2026 15:20:14-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

FERNANDA SILVA VELOSO
Membro da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026

Documento assinado digitalmente
gov.br MAILLA DA SILVA ALI FONTES
Data: 29/04/2026 15:53:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

MAILLA DA SILVA ALI FONTES
Membro da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026

Documento assinado digitalmente
gov.br RODRIGO MENDES DE SOUZA
Data: 29/04/2026 15:38:10-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

RODRIGO MENDES DE SOUZA
Membro da Comissão Especial de Contratação
Portaria CFMV nº 6/2026



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

ANEXO I

BRIEFING



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

BRIEFING DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E DESAFIO CRIATIVO ÀS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV)

Órgão contratante: Conselho Federal de Medicina Veterinária – CFMV

Natureza jurídica: Autarquia federal

Objeto: Contratação de agência para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias de interesse público.

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. Perfil institucional

O Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) é uma autarquia federal criada pela Lei nº 5.517/1968, responsável por normatizar, orientar, fiscalizar e disciplinar o exercício das profissões de médico-veterinário e zootecnista no Brasil.

O CFMV integra o Sistema CFMV/CRMVs, composto pelo Conselho Federal e pelos 27 Conselhos Regionais de Medicina Veterinária, presentes em todos os estados da Federação e no Distrito Federal.

Sua atuação tem como finalidade resguardar o interesse público, garantindo que o exercício profissional ocorra com responsabilidade técnica, ética e compromisso com a sociedade.

Entre suas principais competências estão:

- expedir Resoluções necessárias à fiel interpretação e execução da Lei nº 5.517/1968 e da Lei nº 5.550/1968;
- organizar e atualizar o Código de Deontologia do Médico-Veterinário e do Zootecnista;
- dirimir dúvidas suscitadas pelos Conselhos Regionais;
- julgar, em última instância, recursos das deliberações dos CRMVs;
- deliberar sobre questões relacionadas ao exercício profissional;
- propor ao Governo Federal alterações legislativas que visem ao aprimoramento da regulamentação das profissões;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

- publicar relatório anual de suas atividades e, periodicamente, a relação de profissionais inscritos.

1.2. Ambiente institucional

Em 23 de outubro de 1968, foi sancionada a **Lei nº 5.517/1968**, que regulamentou o exercício da profissão e criou os Conselhos Federal e Regionais de Medicina Veterinária, instituindo o **Sistema CFMV/CRMVs**. Essa legislação constitui, até hoje, a base legal da atividade médico-veterinária e zootécnica no Brasil.

Desde então, é notória a contribuição da Medicina Veterinária e da Zootecnia para a melhoria da saúde e do bem-estar dos animais, das pessoas e do meio ambiente. O Sistema CFMV/CRMVs tem como finalidades fiscalizar, supervisionar e disciplinar o exercício dessas profissões, com o propósito de resguardar e defender os direitos e interesses da sociedade, além de atuar como órgão de consulta dos governos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em temas direta ou indiretamente relacionados às áreas.

O Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) é responsável por estabelecer os mecanismos e requisitos necessários para garantir o exercício eficaz das profissões, por meio das fiscalizações, oportunizando à sociedade profissionais com perfil técnico e ético adequados. Atua, ainda, de forma estratégica no debate público e institucional, especialmente na defesa do conceito de **Saúde Única**, ou uma só Saúde, que integra o bem-estar animal, humano e ambiental, bem como na valorização da Medicina Veterinária e da Zootecnia.

O CFMV tem consolidado um ciclo institucional marcado pelo fortalecimento da governança, pela ampliação de sua atuação técnica e política e pelo reposicionamento da comunicação como ferramenta estratégica de interesse público. Integrado aos 27 Conselhos Regionais, presentes em todos os estados da Federação e no Distrito Federal, o Sistema CFMV/CRMVs atua com autonomia administrativa e financeira, voltado ao exercício legal das profissões, à proteção da sociedade, à valorização profissional e à qualificação contínua das profissões.

Mais do que um órgão regulador, o CFMV exerce papel estratégico para a sociedade, com impacto direto na saúde pública, na segurança dos alimentos de origem animal, na prevenção de zoonoses, na defesa do bem-estar animal, na sustentabilidade ambiental e na promoção da confiança pública nas profissões regulamentadas.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

1.3. Missão, Visão e Valores do CFMV

Missão

Promover o bem-estar da sociedade, disciplinando o exercício das profissões de médico-veterinário e zootecnista, por meio de normatização, fiscalização, orientação, valorização profissional e organização das classes diretamente ou por intermédio dos CRMVS.

Visão

Ser protagonista na valorização e fortalecimento das profissões de médico-veterinário e zootecnista, atuando em consonância com os CRMVs, com estratégia e excelência, contribuindo para a proteção dos interesses públicos.

Valores

Comprometimento

Realizar o que se propõe a fazer promovendo a formação de equipes comprometidas e engajadas com o CFMV e com a promoção de ações que impactem positivamente os profissionais e a sociedade.

Cooperação

Valorizar e fortalecer a troca de conhecimentos e experiências entre os profissionais, equipes e áreas para alcançar os objetivos do CFMV.

Ética

Garantir que todas as ações sejam promovidas seguindo a missão, visão, valores e objetivos da organização.

Inovação

Gerar e propagar novos conhecimentos buscando a desburocratização e o aprimoramento constante da qualidade em todos os setores, atividades, serviços e produtos.

Integração

Fortalecer vínculos nas relações pessoais, institucionais, profissionais e políticas para potencializar as ações e resultados do CFMV.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Responsabilidade

Garantir a realização de iniciativas em prol do bem-estar e desenvolvimento dos profissionais, sociedade e meio ambiente.

Transparência

Promover e manter uma relação de confiança e valor com os públicos de interesse por meio da divulgação clara de todos os atos que sejam relevantes aos profissionais, órgãos públicos e sociedade.

1.4. Atuação do Médico-Veterinário e da Zootecnia no Interesse Público

A Medicina Veterinária é reconhecida como profissão das ciências agrárias e da saúde. Estima-se que parcela significativa dos patógenos humanos conhecidos tenha origem animal, bem como grande parte das doenças emergentes. A legislação atribui ao médico-veterinário a responsabilidade pelo estudo e aplicação de medidas de saúde pública relacionadas às zoonoses.

Esses profissionais integram equipes multiprofissionais do Sistema Único de Saúde, participam de ações de vigilância, educação em saúde, prevenção e controle de agravos, campanhas de imunização, inspeção e fiscalização sanitária, além de atuarem na pesquisa científica, na produção de imunobiológicos, vacinas e medicamentos.

A abordagem da **Saúde Única**, reconhecida por organismos internacionais, destaca a atuação integrada entre as áreas da saúde humana, animal e ambiental. Nesse contexto, médicos-veterinários exercem papel essencial na prevenção de pandemias, na segurança dos alimentos, na sustentabilidade ambiental e no bem-estar animal.

Os profissionais da Medicina Veterinária atuam em ampla diversidade de áreas, abrangendo desde a clínica, a produção animal, a inspeção e a vigilância sanitária, a pesquisa científica, à docência, a gestão pública e privada, até a responsabilidade técnica em estabelecimentos e cadeias produtivas de interesse direto da sociedade.

No que se refere à Zootecnia, o exercício profissional é regulamentado e normatizado pelo Sistema CFMV/CRMVs, especialmente pela [Resolução CFMV nº 1453/2022](#), que define de forma ampla e estruturante as áreas de atuação do zootecnista. De acordo com essa normativa, a Zootecnia abrange atividades ligadas ao planejamento, desenvolvimento, orientação, supervisão, gestão e aplicação de conhecimentos científicos e tecnológicos relacionados à produção animal, ao melhoramento genético, à nutrição e alimentação de animais, ao



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

manejo e à produção de recursos forrageiros, ao bem-estar animal, à sustentabilidade dos sistemas produtivos, à pesquisa, ao ensino, à extensão rural e à gestão de propriedades e projetos agropecuários.

A atuação do zootecnista compreende, ainda, atividades estratégicas relacionadas à avaliação zootécnica, certificação, assessoria técnica, desenvolvimento de tecnologias, estudos de impacto ambiental, gestão administrativa da produção animal, atuação em instituições de ensino, pesquisa e extensão, bem como o respeito às competências e atribuições das demais profissões regulamentadas, conforme a legislação vigente.

O Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) é a autarquia federal responsável por normatizar, orientar, fiscalizar e valorizar o exercício profissional da Medicina Veterinária e da Zootecnia em todo o território nacional.

Mais do que um órgão regulador, o CFMV atua como **instituição estratégica para a sociedade**, com impacto direto na saúde pública, na segurança alimentar, na defesa do bem-estar animal, na sustentabilidade ambiental e na qualidade da formação profissional.

A atuação do CFMV está presente em dimensões essenciais do cotidiano da população brasileira, ainda que nem sempre seja percebida ou reconhecida pelo público em geral. Nesse contexto, a comunicação institucional assume papel fundamental para **traduzir essa relevância em linguagem clara, acessível e de interesse público**.

A comunicação institucional ocorre em um ambiente marcado pela alta circulação de informação, pela presença de múltiplos atores no debate público e pela crescente demanda social por transparência, credibilidade e informação qualificada.

1.5. Imagem e percepção institucional

Apesar da relevância estratégica dessas áreas, ainda se observa:

- baixo nível de conhecimento da sociedade sobre o papel institucional do CFMV;
- percepção limitada do Conselho como órgão apenas administrativo ou corporativo;
- desconhecimento sobre a contribuição das profissões para a saúde pública, a segurança alimentar e a proteção da sociedade.

1.6. Mercado e públicos relacionados



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

O CFMV se relaciona com diversos públicos estratégicos, entre os quais:

- médicos-veterinários;
- zootecnistas;
- estudantes das áreas;
- responsáveis por animais;
- produtores rurais e cadeia produtiva agropecuária;
- instituições de ensino;
- gestores públicos e parlamentares;
- sociedade em geral.

1.7. Diferenciais institucionais

Entre os diferenciais institucionais do CFMV destacam-se:

- atuação normativa e fiscalizatória em todo o território nacional;
- articulação institucional junto ao Congresso Nacional;
- atuação em temas estratégicos de saúde pública e segurança alimentar;
- defesa da qualidade da formação profissional;
- promoção da ética e da responsabilidade técnica.

Assim, observa-se que a relevância da atuação institucional do CFMV é objetiva e concreta para a sociedade, mas essa relevância ainda não se traduz em percepção pública equivalente.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Apesar da relevância de sua atuação e da sua importância estratégica, o Conselho Federal de Medicina Veterinária enfrenta desafios relacionados à compreensão pública de seu papel institucional.

Nesse contexto, a Autarquia enfrenta desafios de comunicação, em grande parte pelo desconhecimento da sociedade brasileira, relacionados a:

- baixo nível de conhecimento da sociedade e dos próprios profissionais sobre o papel e a atuação da instituição;
- percepção restrita ao caráter administrativo ou corporativo;
- complexidade técnica dos temas tratados, que exige tradução adequada para o público leigo;

O que, por vezes, acaba por gerar:

- invisibilidade institucional;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

- dificuldade de reconhecimento social.

Nesse contexto, o desafio de comunicação consiste em tornar mais visível e compreensível para a sociedade o papel institucional do CFMV, sua relevância estratégica, seus limites de atuação bem como, a importância social das profissões que regulamenta, fortalecendo sua reputação como instituição pública essencial à proteção da sociedade em que pese:

- evidenciar o impacto social da atuação do CFMV;
- fortalecer sua reputação como autoridade técnica, de interesse público e ética;
- aproximar a instituição da sociedade e dos profissionais;
- contribuir para o debate público qualificado sobre temas estruturantes da Medicina Veterinária e da Zootecnia.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

3.1. Objetivo geral

Fortalecer o posicionamento institucional do CFMV como instituição essencial à sociedade, evidenciando sua atuação na fiscalização como forma de proteção à sociedade, na promoção da saúde das pessoas e dos animais, na segurança dos alimentos, no bem-estar animal, na sustentabilidade e na defesa da qualidade da formação profissional.

3.2. Objetivos específicos

- Tornar o papel do CFMV mais conhecido e compreendido pela sociedade;
- Evidenciar a importância social da Medicina Veterinária e da Zootecnia;
- Demonstrar a atuação institucional do CFMV junto ao Congresso Nacional e a defesa do interesse público;
- Comunicar o compromisso do CFMV com a qualidade do ensino e da formação profissional;
- Fortalecer o sentimento de pertencimento dos profissionais;
- Contribuir para a ampliação de confiança pública no CFMV, bem como nas profissões por ele fiscalizadas

4. PÚBLICOS-ALVO

Prioritário

- sociedade em geral
- médicos-veterinários
- zootecnistas



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Secundário

- estudantes das áreas;
- instituições de ensino;
- formadores de opinião;
- parlamentares e gestores públicos;
- setores relacionados à cadeia produtiva agropecuária.

5. PRAÇAS

As ações de comunicação deverão considerar abrangência nacional, com possibilidade de maior incidência em regiões com maior concentração de profissionais e instituições de ensino das áreas de Medicina Veterinária e Zootecnia.

6. PERÍODO

As propostas poderão considerar diferentes fases de implementação ao longo de um período de até 12 meses.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Para fins de elaboração da proposta técnica, deverá ser considerada a verba referencial de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais).

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Para subsidiar a elaboração das propostas, poderão ser consideradas as seguintes fontes públicas de informação institucional:

- [Portal Institucional do CFMV](#);
- [Planejamento Estratégico Institucional do CFMV](#);
- [Relatórios de gestão e demais publicações institucionais](#);
- Conteúdos e materiais disponíveis nos canais oficiais do Sistema CFMV/CRMVs.
- [Manual de Redação do Sistema CFMV/CRMVs](#)

As licitantes poderão, ainda, recorrer a informações públicas adicionais que contribuam para a compreensão do contexto institucional, do papel social das profissões regulamentadas e do ambiente comunicacional em que se insere o desafio proposto.

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

O CFMV dispõe de recursos próprios de comunicação que poderão ser considerados pelas licitantes em suas propostas, entre eles:

- portal institucional;
- perfis e canais oficiais em redes sociais;
- canais digitais institucionais;
- ambientes e ativos próprios de comunicação do Sistema CFMV/CRMVs.

A consideração desses recursos deverá ocorrer de forma estratégica e integrada à proposta, sem prejuízo da liberdade técnica das licitantes quanto à definição dos meios, instrumentos e soluções de comunicação mais adequados ao desafio apresentado.

10. ESFORÇOS ANTERIORES EM COMUNICAÇÃO

Nos anos recentes, o CFMV tem ampliado sua atuação em comunicação institucional, com iniciativas voltadas à valorização da Medicina Veterinária e da Zootecnia, ao fortalecimento de sua identidade institucional, à divulgação da atuação dos profissionais em áreas de interesse público e ao reposicionamento da comunicação como ferramenta estratégica para o reconhecimento social da instituição e das profissões regulamentadas.

Esses esforços vêm contribuindo para consolidar uma comunicação mais conectada ao interesse público, mais orientada por impacto social e mais atenta à necessidade de traduzir temas técnicos em linguagem acessível. Ainda assim, persiste o desafio de ampliar a compreensão social sobre o papel institucional do Conselho e sobre a presença concreta das profissões na vida cotidiana da população.

As propostas deverão considerar esse histórico como ponto de partida, sem se limitar a reproduzi-lo, podendo apontar caminhos de evolução narrativa, conceitual e estratégica.

11. DESAFIO CRIATIVO

Com base nas informações apresentadas neste briefing, as licitantes deverão desenvolver uma campanha publicitária capaz de responder, de forma estratégica, criativa e aderente ao interesse público, à seguinte questão orientadora:

Como tornar visível para a sociedade a importância de uma instituição como o CFMV, cuja atuação é essencial para a sociedade, inclusive para quem não conhece a instituição, mas muitas vezes invisível?



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

A proposta deverá ser capaz de:

- Tornar compreensível o papel institucional do CFMV;
- Fortalecer o posicionamento institucional do CFMV como autoridade técnica de interesse público, ética e social;
- Apresentar, de forma clara, e acessível o papel institucional do CFMV;
- Tornar visível o impacto da atuação do CFMV no cotidiano das pessoas e dos profissionais;
- Contribuir para a construção de confiança, aproximação e relacionamento entre o CFMV e os profissionais.
- Traduzir temas técnicos e regulatórios em linguagem clara, acessível e socialmente relevante;
- Evidenciar o impacto concreto da atuação institucional na proteção da sociedade;
- Estabelecer conexão coerente entre o CFMV, as profissões regulamentadas e temas de interesse público, como saúde pública, segurança dos alimentos, bem-estar animal, sustentabilidade e qualidade da formação profissional.

12. ORIENTAÇÕES PARA A PROPOSTA

As propostas deverão ser construídas a partir dos objetivos e do desafio de comunicação estabelecidos neste briefing, observando os parâmetros do edital e da legislação aplicável.

Espera-se que as soluções apresentadas revelem:

- capacidade de leitura institucional e contextual do problema de comunicação;
- visão estratégica para construção de posicionamento institucional;
- potência de síntese e tradução de temas complexos;
- criatividade compatível com os princípios da comunicação pública;
- adequação entre mensagem, linguagem, públicos e meios propostos;
- viabilidade de execução dentro da verba referencial.

Sem prejuízo da liberdade criativa das licitantes, recomenda-se que a comunicação preserve caráter institucional, linguagem acessível, foco no interesse público e aderência ao papel legal do CFMV, evitando abordagens autorreferentes dissociadas de benefícios concretos à sociedade.

13. CONSIDERAÇÕES FINAIS



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

O presente briefing tem por finalidade subsidiar a elaboração das propostas técnicas no âmbito da licitação para contratação de serviços de publicidade do Conselho Federal de Medicina Veterinária.

Espera-se que as licitantes apresentem soluções capazes de traduzir, com inteligência estratégica e qualidade criativa, a relevância institucional do CFMV para a sociedade brasileira, demonstrando compreensão do contexto, do desafio e da responsabilidade envolvida na comunicação de uma instituição pública de caráter técnico, regulador e nacional.

A proposta a ser desenvolvida deverá partir do entendimento de que comunicar o CFMV não significa apenas divulgar uma instituição, mas tornar visível sua função pública, sua utilidade social e sua contribuição para temas que afetam diretamente a vida das pessoas.

Documento Digitalizado Restrito

Briefing Licitação de Publicidade

Assunto: Briefing Licitação de Publicidade
Assinado por: Lucas Figueredo
Tipo do Documento: DOCUMENTO
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Restrito
Hipótese Legal: Documento Preparatório (Art. 7º, § 3º da Lei nº 12.527/2011)
Tipo do Conferência: Documento Original

Documento assinado eletronicamente por:
■ **Lucas Figueredo de Jesus, Chefe da Gerência de Comunicação e Jornalismo - FGSUP - GECOM**, em 24/04/2026 10:58:10.

Este documento foi armazenado no SUAP em 24/04/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.cfmv.gov.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1512907
Código de Autenticação: 84b7bca9d5





Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na **Concorrência nº 90001/2026**.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

nome completo da licitante

nome, cargo e assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À Comissão Especial de Contratação

Referente à Concorrência nº 90001/2026 – anunciante

1. Preços sujeitos à valoração

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

(A) desconto, a ser concedido ao Conselho Federal de Medicina Veterinária, 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 – SINAPRO/DF, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

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

(C) honorários, a serem cobrados do Conselho Federal de Medicina Veterinária, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento);

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste;

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

(D) honorários, a serem cobrados do Conselho Federal de Enfermagem, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

DIREITOS AUTORAIS - PARA COMPOR AS CONDIÇÕES DOS DIREITOS AUTORAIS

e) 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 xxx% (xxxxxxx). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

f) 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 xxxx% (xxxxxxx). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. Outras declarações

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo V).

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CFMV, nos termos da Cláusula Décima Primeira da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da Concorrência em referência.

Local e Data

Nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

ANEXO IV

TERMO DE REFERÊNCIA



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

TERMO DE REFERÊNCIA (TR)

Processo nº: 0110048.00000008/2024-61

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de empresa especializada para fornecimento de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste *instrumento*.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	Contratação de empresa especializada para fornecimento de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.	892	-	01	R\$ 5.000.000,00	R\$ 5.000.000,00

1.2. É importante destacar que os serviços de publicidade, pela sua natureza heterogênea e complexa, enquadram-se na definição de **bens e serviços especiais** prevista no **art. 6º, inciso XIV, da Lei nº 14.133/2021**, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 (meses) meses contados da assinatura do contrato entre as partes, prorrogável na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.3.1. O serviço é enquadrado como continuado devido à sua essencialidade para o cumprimento de suas atribuições institucionais do CFMV, uma vez que visa atender de forma permanente e ininterrupta a uma necessidade pública,



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

abrangendo mais de um exercício financeiro. A interrupção desses serviços poderia comprometer a continuidade das atividades relacionadas à Comunicação Publicitária e seu suporte.

1.3.2. Ademais, são essenciais para promover a transparência, *accountability* e o compartilhamento de informações com a sociedade, em plena aplicação do princípio da publicidade dos atos administrativos. O dever de publicidade, previsto no artigo 37, caput, da Constituição Federal, e o princípio da transparência podem ser cumpridos por meio de diversos veículos de comunicação, que reproduzem e divulgam os dados fornecidos pelos órgãos públicos. Nesse sentido, a manutenção de uma estrutura e serviços voltados ao atendimento e prestação de informações à mídia, e consequentemente à população, é fundamental para garantir a transparência e a publicidade dos atos públicos do CFMV.

1.4. O contrato oferecerá maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

1.5. Forma de processamento da licitação

Considerando o disposto no art. 17, §2º, da Lei nº 14.133/2021, bem como no parágrafo único do art. 2º da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023 e no art. 8º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, as licitações deverão ser realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que devidamente motivada, com a realização de sessão pública registrada em ata e gravada em áudio e vídeo, de modo a assegurar a transparência, a rastreabilidade dos atos e a observância dos princípios da publicidade, da isonomia e do controle social.

Todavia, conforme levantamento de mercado realizado pelo Setor de Licitações e contratos, verifica-se que, até o momento, o Sistema Compras.gov.br não oferece as funcionalidades necessárias à condução da modalidade Concorrência do tipo “Melhor Técnica” para serviços de publicidade, em especial a preservação do anonimato das propostas técnicas e o suporte ao rito procedimental.

Diante desse cenário, justifica-se a adoção da **Concorrência – Melhor Técnica – na forma presencial**, devidamente autorizada pela autoridade competente, com sessão



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

pública registrada em ata, áudio e vídeo, garantindo a transparência, a isonomia e a publicidade do certame.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. Atualmente, o Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) enfrenta desafios relacionados à comunicação eficaz de suas ações institucionais, normativas e educativas junto a seus públicos estratégicos, incluindo médicos-veterinários, zootecnistas e a sociedade em geral. A ausência de uma estratégia publicitária estruturada pode comprometer a disseminação de informações de interesse público, a valorização profissional das categorias reguladas e o fortalecimento da identidade institucional do Conselho.

Diante desse cenário, este estudo avalia a viabilidade técnica e econômica da contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, conforme definido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. A solução proposta visa garantir maior alcance e impacto das mensagens institucionais, respeitando os princípios da transparência, economicidade e eficiência na gestão dos recursos públicos.

Ressalta-se que a contratação não abrangerá, em nenhuma hipótese, serviços de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas, marketing digital ou qualquer outra atividade vedada pelo § 2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, assegurando plena conformidade com a legislação vigente.

2.2. DA JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

2.2.1. A comunicação e a publicidade dos atos, ações e serviços do CFMV são fundamentais para promover o diálogo com a sociedade, médicos-veterinários, zootecnistas e demais públicos de interesse. Essa estratégia fortalece a presença da marca e amplia a imagem institucional do Conselho, sendo uma ferramenta essencial para evidenciar a prestação de serviços de qualidade. Por meio dessas ações, o CFMV oferece informações valiosas que contribuem para o desenvolvimento profissional dos médicos-veterinários e zootecnistas, além de promover a proteção da sociedade.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

2.2.2. Neste contexto, compete à Gerência de Comunicação (Gecom) e ao Setor de Comunicação e Jornalismo (Secom) do órgão planejar, desenvolver e executar as ações de comunicação do CFMV, incluindo publicidade institucional e de utilidade pública. Para cumprir essa função de forma eficaz e adequada, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, a Gecom e o Secom precisam aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agências de propaganda contratadas via processo licitatório.

2.2.3. Importa destacar que essas agências trazem conhecimento técnico, profissionais qualificados e ferramentas para oferecer as melhores soluções publicitárias que atendam às necessidades de comunicação do CFMV, contribuindo para o alcance de seus objetivos e a otimização dos investimentos e recursos públicos destinados às ações publicitárias. Além disso, conforme exigência legal, a aquisição de espaços em mídia e a realização de campanhas publicitárias no setor público devem ser conduzidas por intermédio de agências de publicidade.

2.2.4. Ademais, conforme demonstrado no [Planejamento Estratégico Institucional \(PEI\)](#), uma das atividades prioritárias do Conselho é a valorização das profissões. Nesse contexto, o Conselho Federal de Medicina Veterinária utiliza diversos canais de comunicação para promover ações de fortalecimento e valorização da Medicina Veterinária e da Zootecnia. A publicidade, portanto, é um instrumento fundamental para atingir diferentes públicos, proporcionando maior visibilidade e reconhecimento tanto para a instituição quanto para as profissões.

2.2.5. É importante destacar que os serviços de publicidade, pela sua natureza heterogênea e complexa, enquadram-se na definição de **bens e serviços especiais** prevista no **art. 6º, inciso XIV, da Lei nº 14.133/2021**, que dispõe:

"bens e serviços especiais: aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do caput deste artigo, exigida justificativa prévia do contratante."

2.2.6. Nesse contexto, a complexidade dos serviços de publicidade justifica-se por envolver atividades criativas, estratégicas e técnicas, tais como o planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias, bem como a necessidade de personalização dos serviços para atender às demandas



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

específicas do CFMV. Essa característica torna inviável a descrição completa e detalhada dos serviços de forma padronizada, reforçando a necessidade de uma contratação especializada, em conformidade com os dispositivos legais mencionados.

2.2.7. Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que envolve:

“O conjunto de atividades realizadas integralmente 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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral”.

2.2.8. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;”*
- b) *à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;*
- 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.*

2.2.9. Vale destacar que os serviços aderentes às novas tecnologias somente poderão ser executados como formas inovadoras quando estiverem diretamente relacionados às ações de publicidade desenvolvidas no âmbito da contratação e que eles não estão restritos aos veículos de comunicação e divulgação do meio



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

internet, tendo em vista que as inovações e os formatos não tradicionais que visam potencializar os efeitos das mensagens podem ser concebidos tanto pelas plataformas on-line (redes sociais, mecanismos de busca na internet, etc.), como pelas plataformas off-line (revistas, jornais, etc.).

2.2.10. Além disso, cumpre frisar que o objeto da contratação de publicidade difere da contratação de comunicação e marketing digital, que está em fase de elaboração pela Gecom. Apesar de ambas poderem utilizar os meios digitais como forma de comunicação, a natureza da mensagem utilizada é bastante diferente uma da outra.

2.2.11. Como complemento, vale informar que, a IN 02/2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República– Secom/PR, de 14 de setembro de 2023, conceitua publicidade de utilidade pública no art. 3º:

I - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o intuito de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

2.2.12. Já a comunicação digital, nos termos da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, compreende o conjunto de ações de comunicação estruturadas em ambientes digitais, voltadas à disseminação de conteúdos, à interação com os públicos de interesse, ao fortalecimento do relacionamento institucional, à ampliação do acesso à informação e ao estímulo à participação social, devendo estar alinhadas aos objetivos de comunicação definidos, aos públicos-alvo estabelecidos e às estratégias adotadas em cada ação.

2.2.13. Portanto, resta claro que a natureza da mensagem em uma campanha de publicidade possui o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e /ou coletivos, enquanto a natureza da mensagem na comunicação digital é voltada para interação, acesso e troca de informações.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

2.2.14. Dessa forma, observa-se que a natureza da mensagem nas campanhas de publicidade está voltada à difusão de ideias, à promoção de bens, serviços ou causas e à mobilização social, com foco em informar, educar, orientar, prevenir ou alertar a população. Já a comunicação digital se caracteriza por sua dinâmica interativa, contínua e relacional, voltada ao fortalecimento do vínculo institucional, à ampliação do acesso à informação, à transparência ativa e à promoção do diálogo com os diferentes públicos.

2.2.15. Já a comunicação digital possui um público mais abrangente, com viés de transparência e publicidade de atos. Além disso, a comunicação digital também é usada para evitar a proliferação das chamadas "fake news", exige monitoramento constante dos canais digitais de comunicação, bem como ações rápidas que evitem a disseminação de informações falsas.

2.2.16. Todos esses desafios justificam a contratação de empresa especializada de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, bem como a contratação, no seu devido momento, de empresa especializada em comunicação e marketing digital, pois não se sobrejam. E, caso ocorra semelhanças entre os serviços em algum momento, caberá à gestão contratual evitar a utilização dos serviços em duplicidade para a mesma tarefa ou atividade, devendo, pois, ser levado em consideração em qual contratação haverá maior vantajosidade e economicidade ao CFMV.

2.2.17. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2025, conforme detalhamento a seguir:

- I) ID PCA no PNCP: 00119784000171-0-000001/2026
- II) Data de publicação no PNCP: 28/07/2025;
- III) Id do item no PCA: 5;
- IV) Classe/Grupo: 836 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE;
- V) Identificador da Futura Contratação: 389185-88/2026

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

3.1 Trata-se da contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, conceituados no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, que envolve:

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 objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

3.2 O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

- 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, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;*
- b) *à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;*
- 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.*

3.3. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo 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.

3.4 Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º do mesmo artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

3.5 Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da mesma lei torna passível de execução apenas àquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

3.6 Os serviços de publicidade previstos no Art. 4º da mesma Lei, define que serão contratados em 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.

3.7 O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo 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.

3.8 A agência contratada nos termos da Lei nº 12.232/2010, § 2º do Art. 4º, só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Sustentabilidade

4.1. Deverá ser incluído no Contrato, na cláusula da obrigação da contratada, que a mesma, na execução dos serviços, contribua para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com o e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

4.2. A Contratada deverá adotar práticas sustentáveis na execução do objeto, como a redução do uso de papel, a reciclagem de materiais e o uso eficiente de recursos, promovendo o uso e entrega de produtos que causem menor dano, mitigando os



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

possíveis impactos ambientais. Deve ainda incentivar ações que promovam a inclusão social e a responsabilidade econômica, como a contratação de fornecedores locais e a oferta de acessibilidade para pessoas com deficiência.

4.3. Ademais, devem ser priorizadas práticas sustentáveis como a utilização de equipamentos eficientes em termos de energia, o descarte adequado de resíduos e a adoção de práticas sustentáveis que causem menor dano, mitigando os possíveis impactos ambientais, nos termos da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19/01/2010 e demais ordenamentos jurídicos vigentes.

Subcontratação

4.4. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

Garantia da contratação

4.5. Será exigida a garantia de contratação, sendo que o Contratado poderá optar por uma das seguintes modalidades de garantia: caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI); seguro-garantia; ou, fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

4.5.1. A garantia de execução deverá ser prestada nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial/total /anual do contrato.

4.5.2. A garantia nas modalidades caução e fiança bancária deverá ser prestada em até 10 (dez) dias consecutivos, contados da data da assinatura do contrato.

4.5.3. No caso de seguro-garantia, a garantia deverá ser apresentada, no máximo, até a data de assinatura do contrato.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

4.5.4. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à garantia da contratação.

Vistoria

4.6. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de execução

5.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

5.1.1. Início da execução do objeto: imediatamente após a assinatura do contrato pelas partes.

5.1.2. Descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho:

5.1.2.1. Embora guarde certa diferença e peculiaridade se comparados aos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Fica expressamente vedada a inclusão de serviços de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas e qualquer outra atividade proibida pelo §2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, sendo a contratada responsável por garantir a conformidade de todas as atividades executadas no âmbito contratual.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

5.1.2.2.

O Planejamento Estratégico de Comunicação elaborado anualmente pela Gecom/Secom estima que sejam executadas dentro do contrato algo em torno de dez campanhas, dentre as quais destacamos as campanhas nacionais em celebração aos dias do médico-veterinário e do zootecnista, oportunidade que o CFMV tem de informar à população sobre a sua atuação prática na regulamentação destas profissões; e a campanha institucional sobre a atuação do CFMV e do Sistema CFMV/CRMVs – destacando as suas atribuições e demandas, por exemplo. Contudo, a estimativa média de valor pode ser imprecisa, uma vez que os quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados variam na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha. Cabe ressaltar ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada pela comunicação para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo Conselho Federal de Medicina Veterinária, em ações regionais e/ou nacionais, em que pese ações que atinjam todo o Sistema. Em se tratando de meras estimativas para fins de previsão, dividimos os recursos de forma proporcional e estratégica, levando em conta custos médios de produção, veiculação e criação das campanhas publicitárias.

Assim, se dividirmos o orçamento igualmente entre as dez campanhas:

$$R\$ 5.000.000 \div 10 \text{ campanhas} = R\$ 500.000 \text{ por campanha}$$

No entanto, algumas campanhas podem demandar maior investimento devido à sua importância institucional, ao alcance nacional e ao volume de produção de materiais. Assim, uma distribuição mais estratégica poderia ser:

Tipo de Campanha	Quantidade	Percentual do Orçamento	Valor Estimado
------------------	------------	-------------------------	----------------



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Campanhas Nacionais (ex.: Dia do Médico-Veterinário e Dia do Zootecnista)	2	60%	R\$ 3.000.000
Campanha Institucional sobre o Sistema CFMV/CRMVs	1	15%	R\$ 750.000
Campanhas Regionais e Específicas (ex.: valorização profissional, fiscalização, bem-estar animal, sanidade agropecuária, etc.)	7	25%	R\$ 1.250.000
Total	10	100%	R\$ 5.000.000

Distribuição Média dos Custos por Campanha

Campanhas Nacionais (60% do orçamento – R\$ 3.000.000,00 para 2 campanhas)

Categoria	Percentual Médio por Campanha	Valor Médio por Campanha	Valor Total (2 campanhas)
Criação e Planejamento	15%	R\$ 225.000	R\$ 450.000
Produção de Materiais	35%	R\$ 525.000	R\$ 1.050.000
Mídia e Veiculação	40%	R\$ 600.000	R\$ 1.200.000
Monitoramento e Relatórios	10%	R\$ 150.000	R\$ 300.000
Total por Campanha	100%	R\$ 1.500.000	R\$ 3.000.000

Campanha Institucional sobre o Sistema CFMV/CRMVs (15% do orçamento – R\$ 750.000,00)

Categoria	Percentual	Valor Estimado
Criação e Planejamento	15%	R\$ 112.500
Produção de Materiais	35%	R\$ 262.500
Mídia e Veiculação	40%	R\$ 300.000
Monitoramento e Relatórios	10%	R\$ 75.000
Total	100%	R\$ 750.000

Campanhas Regionais e Específicas (25% do orçamento – R\$ 1.250.000,00 para 7 campanhas)

Média por campanha: R\$ 178.571



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Categoria	Percentual Médio por Campanha	Valor Médio por Campanha	Valor Total (7 campanhas)
Criação e Planejamento	15%	R\$ 26.786	R\$ 187.500
Produção de Materiais	35%	R\$ 62.500	R\$ 437.500
Mídia e Veiculação	40%	R\$ 71.428	R\$ 500.000
Monitoramento e Relatórios	10%	R\$ 17.857	R\$ 125.000
Total por Campanha	100%	R\$ 178.571	R\$ 1.250.000

Reforçamos, contudo, que todos os valores e previsões listados tratam-se meras estimativas, não estando, portanto, a execução do contrato a elas diretamente vinculadas, podendo, dessa forma, sofrer alteração para mais ou para menos campanhas dentro do recurso total do valor do contrato e que, para a execução, fica expressamente vedada a inclusão de serviços de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas e qualquer outra atividade proibida pelo §2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, sendo a contratada responsável por garantir a conformidade de todas as atividades executadas no âmbito contratual.

Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise das agências na proposição das melhores soluções de comunicação e fornecedores para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, conseqüentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos. No entanto, a intermediação de fornecedores deve se restringir exclusivamente às atividades de publicidade previstas na Lei nº 12.232/2010, sendo vedada a contratação de qualquer serviço alheio ao objeto do contrato, em especial aqueles relacionados à assessoria de imprensa, relações públicas e eventos.

5.1.2.3 Para garantir a clareza na execução contratual e a previsibilidade dos valores a serem pagos à contratada, cada serviço prestado será mensurado por unidades determinadas conforme o inciso XXVIII do artigo 6º da Lei nº 14.133/2021. A mensuração será feita de acordo



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

com os produtos e resultados efetivamente entregues, com base nas ordens de serviço ou autorizações emitidas pelo CFMV. Os pagamentos corresponderão exclusivamente aos serviços efetivamente executados e aceitos, dentro dos quantitativos autorizados, assegurando transparência, economicidade e rastreabilidade dos recursos públicos e serão realizados com base na medição das unidades aferíveis, previamente estabelecidas no contrato, mediante a apresentação de relatórios comprobatórios e a validação da conformidade da execução pela Administração, conforme descritas a seguir:

Planejamento e Estratégia Publicitária

Unidade de Medida: Plano de Comunicação Publicitária aprovado

Critério de Medição: Documento entregue e aprovado contendo estratégias, objetivos, cronograma e plano de mídia.

Forma de Aferição: Validação pela Administração.

Produção de Materiais Publicitários (Peças Gráficas e Digitais)

Unidade de Medida: Peça publicitária criada e validada

Critério de Medição: Quantidade de peças desenvolvidas (banners, posts, infográficos, cartazes, folders, etc.), conforme solicitação formal e aprovação da Administração.

Forma de Aferição: Relatório de entrega, comprovação de recebimento e aceite da peça final.

Produção de Conteúdos Audiovisuais

Unidade de Medida: Vídeo ou spot produzido e validado

Critério de Medição: Quantidade de vídeos institucionais, animações, vinhetas e spots de rádio desenvolvidos conforme briefing aprovado.

Forma de Aferição: Relatório de entrega e aceitação formal da peça final pela Administração.

Distribuição e Veiculação de Publicidade

Unidade de Medida: Inserção de mídia executada

Critério de Medição: Quantidade de inserções efetivadas em veículos de comunicação (TV, rádio, mídia digital, outdoor, etc.), conforme plano de mídia aprovado.

Forma de Aferição: Relatórios de veiculação e comprovantes fornecidos pelos veículos de comunicação.

Monitoramento e/ou Relatórios de Desempenho

Unidade de Medida: Relatório de monitoramento entregue



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Critério de Medição: Quantidade de relatórios mensais/trimestrais detalhando alcance, impacto e desempenho das campanhas.

Forma de Aferição: Apresentação do relatório com métricas de eficácia e validação pela Administração.

Pesquisa e/ou Avaliação de Resultados

Unidade de Medida: Pesquisa de avaliação realizada

Critério de Medição: Quantidade de pesquisas (pré-teste e pós-teste) realizadas para aferir impacto e eficiência da campanha.

Forma de Aferição: Relatório com metodologia aplicada, resultados e conclusões validados pela Administração.

Informações relevantes para o dimensionamento da proposta

5.2. Os serviços a serem prestados pela agência de propaganda na prestação de serviços de publicidade, seguem determinados ritos que deverão ser respeitados, como segue:

- 5.2.1. O planejamento, a conceituação e a concepção de campanhas para o público externo, a serem definidos em cada solicitação da Assessoria de Comunicação, no período de 12 meses;
- 5.2.2. Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas;
- 5.2.3. A sugestão, a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 5.2.4. Planejamento de mídia e não-mídia para a campanha interna e externa, independentemente da utilização ou não dos planos sugeridos;
- 5.2.5. Produção de todas as peças sugeridas;
- 5.2.6. A consultoria na distribuição das peças produzidas conforme o plano de mídia e não-mídia;
- 5.2.7. Reuniões com a equipe do Departamento de Comunicação do CFMV, para aprovação de cada etapa (do briefing inicial à arte-finalização);
- 5.2.8. Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo do



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

CFMV, os meios de divulgação mais adequados para a difusão das peças e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

5.2.9. Pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação da campanha interna e externa, incluindo todas as peças e materiais publicitários (nas avaliações de pré-teste e pós-teste, é vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com cada ação publicitária específica ou com o objeto do contrato desta prestação de serviços de publicidade);

5.2.10. A entrega, para fins de arquivo, de duas cópias (impressas e gravadas em mídia digital) de todo o material produzido e veiculado;

5.2.11. A entrega, para fins de arquivo, dos arquivos abertos (.ai, .ind, .psd, .prproj e outros similares) e fechados em boa resolução (.pdf, .jpeg, .gif, .png e outros similares) de todo o material produzido e veiculado.

5.2.12. A guarda, para solicitação a qualquer tempo, de cópias do material produzido pela agência, bem como do prazo, local e condições de entrega

5.3. A CONTRATADA se encarregará de apresentar, após envio da solicitação de criação, as seguintes propostas:

- a) Planejamento de campanha: após o envio da solicitação, pelo CONTRATANTE, com todas as informações necessárias para o planejamento, a CONTRATADA terá o prazo de 10 dias úteis para apresentar o planejamento da campanha, prevendo todos os requisitos da solicitação da CONTRATANTE. A apresentação presencial da campanha pela CONTRATADA, quando necessária e conforme complexidade, deverá ser acordada entre as partes no momento do envio do briefing pelo CONTRATANTE.

2. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	PRAZOS
Encaminhamento do briefing para planejamento	em até 1 dia útil
Apresentação de planejamento completo (proposta de criação, orçamentos de mídia, estimativa de orçamentos de produção e estimativa de investimento total da campanha)	em até 10 dias úteis
Envio do planejamento ajustado (exceto para novos orçamentos que dependam de levantamento de mídia e produção)	em até 3 dias úteis



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

b) Peças avulsas (digitais e/ou impressas): após o envio da solicitação de proposta, pelo CONTRATANTE, com todas as informações necessárias para a criação, a CONTRATADA apresentará uma versão que atenda aos requisitos da solicitação da CONTRATANTE, conforme tabela de prazos de entrega de peças avulsas a seguir:

PEÇAS	COM CONCEITO CRIATIVO	ADAPTAÇÃO FORMATO	MUDANÇA DE BRIEFING	AJUSTES (textos, disposição de imagens)	AJUSTES (redigramação, troca / novas / tratamento de imagens)
Cartaz, banner, anúncios, busdoor, outdoor, faixas, painéis, placas, adesivos, backdrop, cartão, saia de mesa, cartas, crachás, email marketing simples, convite, blocos anotações, papel timbrado, infográficos, grafismos, ilustrações, programação de eventos, posts para redes sociais, stories, banners para sites, topo/capa para redes sociais, gifs, descanso de tela, assinaturas de e-mail	3 dias úteis	2 dias úteis	3 dias úteis	1 dia útil	2 dias úteis
Anúncio Jornal ou Revista, capas revistas ou relatórios	3 dias úteis	2 dias úteis	3 dias úteis	1 dias útil	2 dias úteis
Pastas, folders, flyers, cartões de visitas, envelopes, calendários	3 dias úteis	2 dias úteis	3 dias úteis	2 dias úteis	2 dias úteis
Diagramação, apresentação	5 dias úteis	5 dias úteis	5 dias úteis	3 dias úteis	5 dias úteis
Sinalização, estandes, envelopamento, embalagens	4 dias úteis	3 dias úteis	4 dias úteis	3 dias úteis	4 dias úteis
Logomarcas	5 dias úteis	2 dias úteis	5 dias úteis	2 dias úteis	5 dias úteis

c) Vídeos e Spots de rádio: após o envio da solicitação de proposta, pelo CONTRATANTE, com todas as informações necessárias, a CONTRATADA terá o prazo de 5 dias úteis, para apresentar a proposta de roteiro (vídeo, spot) a ser produzido. O roteiro também deverá conter: descrição da linguagem visual sugerida, estilo de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

narrativa, tempo previsto de duração do vídeo e/ou spot de rádio. Após aprovação dos roteiros (vídeo, spot), a CONTRATANTE terá prazo de 5 dias úteis para apresentação dos orçamentos e prazo de produção.

PEÇAS	COM CONCEITO CRIATIVO	ADAPTAÇÃO FORMATO	MUDANÇA DE BRIEFING	AJUSTES (textos, disposição de imagens)
Roteiros para filme, spot, vinhetas.	5 dias úteis	3 dias úteis	5 dias úteis	3 dias úteis

5.3.1. Refação/ajustes: para cada material entregue ao CONTRATANTE estão contemplados até 5 (cinco) ajustes, sem cobrança, desde que não exista mudança de briefing. Contempla: ajuste de texto, alteração de disposição de imagens, troca de imagens e rediagramação (exceto para revistas, catálogos, relatório de gestão, cartilhas e folders com mais de duas dobras). Se a quantidade de solicitações de ajustes exceder o limite referenciado, a CONTRATADA aplicará adicional de custo de criação, conforme estabelecido no contrato, base tabela SINAPRO/DF vigente.

5.3.2. Mudança de Briefing: quando houver mudança de briefing pelo CONTRATANTE, a CONTRATADA aplicará novo custo de criação, conforme estabelecido no contrato, com base na tabela SINAPRO/DF vigente.

5.3.3. Cobrança de peças: peças que tiverem aprovação de orçamento e autorização de execução de criação pela CONTRATANTE, serão cobradas pela CONTRATADA.

5.3.4. Conforme citado nos itens 5.1, 5.2 e 5.3, a presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Especificação da garantia do serviço

- O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Procedimentos de transição e finalização do contrato

5.4. Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

Preposto

6.6. A Contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.7. A Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a Contratada designará outro para o exercício da atividade.

Fiscalização

6.8. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

Fiscalização Técnica

6.9. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);

6.10. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

6.11. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

6.12. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV);

6.13. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V);

6.14. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII](#)).



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Fiscalização Administrativa

6.15. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

6.16. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

6.17. Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas

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

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

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

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

6.17.5. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.17.6. 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 por força deste contrato.

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

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

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

Gestor do Contrato

6.18. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).

6.19. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

6.20. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

6.21. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

6.22. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

6.23. O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

6.24. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

7.1. Para fins de emissão de nota de empenho, contratação e pagamento, dentre outros procedimentos afetos à presente contratação, deverá ser respeitado o disposto na Instrução Normativa nº 3, de 26 de abril de 2018, que estabelece regras de funcionamento do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – Sicaf, no



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

âmbito do Poder Executivo Federal, em especial o disposto no art. 30. Nos casos em que houver necessidade de assinatura do instrumento de contrato, e o fornecedor não estiver inscrito no Sicafe, este deverá proceder ao seu cadastramento, sem ônus, antes da contratação.

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

7.2.1. Honorários de 10% (dez por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

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

7.2.2. Honorários de 10% (dez por cento), incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por fornecedores, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual.

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

7.2.3. 70% (setenta por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do DF, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.2.5. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 7.2.1.3, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

7.2.6. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, será de 15% (quinze por cento) o percentual máximo a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de que trata o item 7.2.7. Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

7.2.7. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais, será de no máximo 15% (quinze por cento). Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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

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

7.2.10. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.2.11. 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.

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

7.2.13. 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.

Desconto de Agência

7.3. Além da remuneração prevista no item 7.2, 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.

Aferição da execução contratual para fins de pagamento

7.4. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura, ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, até o 10º (décimo) dia útil após seu recebimento, mediante crédito na conta corrente mantida pela, da seguinte forma:

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

7.4.2. Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.4.3. Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas, inclusive as de pré-teste e de pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com a CONTRATANTE por ocasião da solicitação de cada serviço.

7.4.4. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao contrato a ser firmado e a manifestação de aceitação dos Gestores do Contrato (ver item 7.35.4) da CONTRATANTE:

CONTRATANTE

Conselho Federal de Medicina Veterinária – CFMV.

Endereço: SIA Trecho 6, Lotes 130/140 - Brasília-DF CEP 71.205-060

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

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

7.4.6.1. TV:

- a) Nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa terceirizada;
- b) Nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b1) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/2001, ou

b2) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

b2.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b2, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração, assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b2, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b2;

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

7.4.6.2. Cinema e Rádio:

- a) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação, nos termos da Medida Provisória nº 2.200-02/01; ou
- b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

b.1) como alternativa à declaração prevista na alínea b, a CONTRATADA pode apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) desde que o veículo também firme declaração,



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

assinada, de modo que esse documento e a declaração prevista na alínea b, em conjunto, contenham as informações previstas na alínea b;

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

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

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

7.4.6.5. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

7.4.7. As exigências de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos subitens 7.2.2.1 a 7.2.2.5 serão estabelecidas formalmente pelo Gestor deste contrato.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

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

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

7.6.1. 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.

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

7.8. Os pagamentos a fornecedores e veículos devem ser efetuados pela CONTRATADA imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE.

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

7.8.2. A CONTRATADA apresentará à CONTRATANTE um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a fornecedores e veículos, até o dia 10 do mês subsequente.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

7.10. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta em virtude de penalidade ou falta de entrega do objeto, podendo ser o valor devido utilizado para cobrir dívidas de responsabilidade da CONTRATADA.

7.11. Respeitado o disposto na Lei Complementar nº 123, de 2006, os encargos previdenciários e fiscais serão retidos na fonte pela CONTRATANTE.

7.12. Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal Eletrônica, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte.

7.13. Quando do pagamento do documento de cobrança, deverão ser observadas as normas vigentes que disponham sobre a obrigatoriedade da emissão de Nota Fiscal Eletrônica.

Do recebimento

7.14. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 2 (dois) dias úteis, pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo. (Art. 140, I, a, da Lei nº 14.133, de 2021 e Arts. 22, X e 23, X do Decreto nº 11.246, de 2022).

7.15. O prazo da disposição acima será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem o serviço a ser pago.

7.16. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico. ([Art. 22, X, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.17. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo. ([Art. 23, X, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

7.18. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.

7.19. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal técnico do contrato irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

- a) Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;
- b) O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.
- c) A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório. ([Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14133, de 2021](#))
- d) Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.20. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.21. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de no máximo 2 (dois) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

- a) Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento (art. 21, VIII, Decreto nº 11.246, de 2022).
- b) Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;
- c) Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e
- d) Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.
- e) Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

7.22. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#), comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que diga respeito a parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.23. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.24. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação

7.25. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do [art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022](#).

7.26. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o [inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, na forma](#) do [art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022](#).

7.27. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- a) o prazo de validade;
- b) a data da emissão;
- c) os dados do contrato e do órgão contratante;
- d) o período respectivo de execução do contrato;
- e) o valor a pagar; e
- f) eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.28. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

7.29. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta *on-line* ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133/2021.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.30. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).

7.31. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

7.32. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.33. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

7.34. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

Prazo e forma de pagamento

7.35. Os documentos de cobrança da CONTRATADA, compostos de uma via da Nota Fiscal-Fatura, ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, até o 10º (décimo) dia útil após seu recebimento, mediante crédito na conta corrente mantida pela, da seguinte forma:

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

7.35.2. Produção e execução técnica de peças, campanhas e materiais publicitários: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção.

7.35.3. Outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas, inclusive as de pré-teste e de pós-teste – vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e materiais publicitários – e à elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com a CONTRATANTE por ocasião da solicitação de cada serviço.

7.35.4. Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço a seguir, com antecedência mínima de dez dias da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao contrato a ser firmado e a manifestação de aceitação dos Gestores do Contrato (ver item 13.1.1) da CONTRATANTE:

CONTRATANTE

Conselho Federal de Medicina Veterinária – CFMV.

Endereço: SIA Trecho 6, Lotes 130/140 – Brasília/DF CEP 71.205-060

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

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

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1. Com base na alínea 'b' do inciso XXXVIII do art. 6º da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade CONCORRÊNCIA.

8.1.1. Quanto ao tipo de licitação, a Lei 14.133/2021 determina que os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço” devem ser utilizados para serviços de natureza predominantemente intelectual, intangível e indivisível, como é o caso presente. Além disso, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

8.1.2. Dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar a “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios do CFMV, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com a empresa tecnicamente classificada.

8.1.3. Para participar do presente certame, assim como nas contratações vigentes e anteriores, as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, qualificação técnica e qualificação econômico-financeira, conforme os dispositivos legais e normativos aplicáveis à matéria.

8.1.4. A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual. Assim, em substituição ao projeto básico com as especificações técnicas dos produtos e serviços que serão executados, o edital de licitação para contratação de serviços de publicidade deverá disponibilizar um *briefing* para subsidiar o desenvolvimento da Proposta Técnica pelas licitantes, conforme disposto no inciso II do art. 6º da lei nº 12.232/2010, e, conseqüentemente, possibilitar a avaliação da capacidade técnica das licitantes.

8.1.5. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar, no item 3 - REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO, apêndice deste Termo de Referência.

Regime de execução

8.2. O regime de execução do contrato será o de empreitada por preço unitário.

Exigências de habilitação

8.3. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Habilitação jurídica

8.4. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.

8.5. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.6. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

8.7. **Ato de autorização para o exercício da atividade** de serviços de publicidade, expedido pelo CENP - certificado de qualificação técnica de funcionamento nos termos do art. 4º da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

8.8. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

8.9. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

8.10. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.11. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.12. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo [Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943](#);

8.13. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.14. Prova de regularidade com a Fazenda *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.15. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos *[Estadual/Distrital]* ou *[Municipal/Distrital]* relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

Qualificação Econômico-Financeira

8.16. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II);

8.17. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

- a) Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);
- b) As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

- c) Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.
- d) Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

8.18. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

8.19. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

Qualificação Técnica

8.20. Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

8.21. A declaração acima poderá ser substituída por declaração formal assinada pelo responsável técnico do licitante acerca do conhecimento pleno das condições e peculiaridades da contratação

8.22. A empresa deverá apresentar 1 (um) atestado de capacidade técnica para cada um dos seguintes trabalhos:

8.22.1. Plano de Comunicação Publicitária com estratégia de estratégia de mídia em nível nacional, regional ou estadual;

8.22.2. Planejamento de produção de vídeo publicitário de 30 segundos;

8.22.3. Criação de peças gráficas para campanha Publicitária e em Redes Sociais.

9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1. A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados conforme disposto no art. 15 da mesma lei.

9.1.1. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais. Para fins de conformidade com a Lei nº 12.232/2010, ficam expressamente proibidas a contratação e a execução de serviços de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas e organização de eventos festivos de qualquer natureza. A contratada deverá se ater exclusivamente às atividades de publicidade previstas no art. 2º da referida lei.

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

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

10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no orçamento do Conselho Federal de Medicina Veterinária e previsto no Plano de Contratações Anuais (PCA) 2025 – Identificador 94 – 389185-142/2025 - Classe/ Grupo 836 – Serviços de Publicidade; conforme consta do link <https://pncp.gov.br/>, em atendimento ao §1º do art. 12 da Lei 14.133/2021.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Brasília, 20 de janeiro de 2026.

Responsáveis pela elaboração do Estudo Técnico Preliminar



Documento assinado digitalmente
LUCAS FIGUEREDO DE JESUS
Data: 21/01/2026 07:54:56-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

LUCAS FIGUEREDO DE JESUS
Chefe da Gerência de Comunicação
Matrícula CFMV nº 0636



Documento assinado digitalmente
ELIELSON REIS BARBOSA SANTOS
Data: 21/01/2026 08:10:17-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ELIELSON REIS BARBOSA SANTOS
Assessor Administrativo
Matrícula CFMV nº 0649



Documento assinado digitalmente
RENATA DA COSTA TEIXEIRA
Data: 21/01/2026 08:00:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

RENATA DA COSTA TEIXEIRA
Chefe do Setor de Comunicação e Jornalismo
Mat. CFMV nº 0651

Documento Digitalizado Público

TR ajustado com referência à IN 9/2025

Assunto: TR ajustado com referência à IN 9/2025
Assinado por: Lucas Figueredo
Tipo do Documento: TERMO DE REFERÊNCIA
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:
■ **Lucas Figueredo de Jesus, Chefe da Gerência de Comunicação e Jornalismo - FGSUP - GECOM** , em 21/01/2026 08:20:35.

Este documento foi armazenado no SUAP em 21/01/2026. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.cfmv.gov.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1399440
Código de Autenticação: a5dd130526





Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

ANEXO V

MINUTA DE CONTRATO



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

MINUTA DE CONTRATO CFMV Nº XXXX/2026

INSTRUMENTO DE CONTRATO PARA A
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO
FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA –
CFMV E A EMPRESA XXXXXXXXX.

O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA - CFMV, Autarquia Federal criada pela Lei nº 5.517, de 23/10/1968, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 00.119.784/0001-71, sediada nesta Capital Federal, no endereço SIA, Trecho 6, Lotes 130/140, CEP: 71.205-060, neste ato representada por sua Presidente, **ANA ELISA FERNANDES DE SOUZA ALMEIDA**, nos termos do art. 7º da Resolução nº 856/2007 – Regimento Interno do CFMV, eleita para o mandato no triênio de 17/12/2023 a 16/12/2026, doravante denominada **CONTRATANTE**, e o(a) -----, inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº -----, sediado(a) na -----, em ----- doravante designada **CONTRATADA**, neste ato (re)presentado(a) por ----- (nome e função), conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta no **PROCESSO ELETRÔNICO SUAP/CFMV Nº 0110048.00000021/2024-41**, e em conformidade com a Concorrência CFMV nº 90001/2026, este **CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, mediante os termos e condições a seguir:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS (art. 92, II)

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nºs 4.680/1965 e 14.133/2021.

1.1.1. Aplicam-se também a este contrato as disposições do Decreto nº 6.555/2008, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 4.563/2002, do Decreto nº 3.722/2001, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº 90001/2026 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços da **CONTRATADA**, os quais constituem parte deste instrumento.

1.3. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

- 1.3.1.** O Edital da Licitação;
- 1.3.2.** A Proposta Técnica e de Preços da **CONTRATADA**;
- 1.3.3.** Termo de Referência.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO (art. 92, I)

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, 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 ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

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

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

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam a difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a)** gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

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

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

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

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

2.4. A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no certame que deu origem a este contrato, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

3.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados da data da assinatura, prorrogável sucessivamente por até 10 anos, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133/2021, desde que vantajoso ao CFMV.

3.1.2. A prorrogação será instruída por avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, e pela aprovação, a cargo do Ordenador de Despesas.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Administração, permitida a negociação com a CONTRATADA, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

- 3.2.1.** Esteja formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;
 - 3.2.2.** Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;
 - 3.2.3.** Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;
 - 3.2.4.** Haja manifestação expressa da CONTRATADA informando o interesse na prorrogação;
 - 3.2.5.** Seja comprovado que a CONTRATADA mantém as condições iniciais de habilitação; e
 - 3.2.6.** Não haja registro no Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal (Cadin).
- 3.3.** O contrato não poderá ser prorrogado quando a CONTRATADA tiver sido penalizada nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.
- 3.4.** A CONTRATADA não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.
- 3.5.** A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL, RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS E REGIME DE EXECUÇÃO (art. 92, IV E V)

- 4.1.** As despesas com o contrato resultante desta Concorrência, pelos primeiros 12 (doze) meses, **estão estimadas em R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).**
- 4.2.** Se a **CONTRATANTE** optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, no orçamento do CFMV, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.2.1.** Na prorrogação, a **CONTRATANTE** poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, com base em pesquisa de preços, com



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

vistas a obter maior vantagem para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.2.2. A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a **CONTRATADA**, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

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

4.4. As despesas decorrentes deste objeto estão previstas na Nota de Empenho nº xxx, emitida em **xx/xx/2026**, sob a Rubrica:

6.2.2.1.1.01.02.02.006.015 – Publicidade Institucional - PJ.
Centros de Custos: 1.04.02.01.001 – Divulgação e Marketing da Medicina Veterinária e Zootecnia.

4.5. As despesas dos anos subsequentes, se necessárias, correrão à conta da dotação consignada para a atividade nos respectivos exercícios.

4.6. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

4.7. As ações e serviços constantes no planejamento de ação publicitária serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de execução por empreitada por preço unitário.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

5.1. As obrigações da **CONTRATANTE** são as estabelecidas no Termo de Referência, Anexo IV deste Edital, além das demais previstas neste contrato, tais como:

5.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**.

5.3. Fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

5.4. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

5.5. Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA.

5.6. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

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

5.8. Efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

5.9. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo CONTRATADO, de acordo com o contrato e seus anexos.

5.10. Na execução do objeto contratual, a CONTRATADA deverá abster-se de veicular nomes, imagens, símbolos ou qualquer elemento que promova a imagem pessoal da Diretoria do CFMV durante o período de 3 (três) meses anteriores às eleições do CFMV.

5.11. A publicidade institucional, neste período, restringir-se-á estritamente a informações de utilidade pública e campanhas de gravidade urgente, observada a legislação eleitoral vigente e as diretrizes de governança do CFMV.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA (art. 92, XIV, XVI e XVII)

6.1. As obrigações da CONTRATADA são as estabelecidas no Termo de Referência, Anexo IV deste Edital, além das demais previstas neste contrato.

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

6.3. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Distrito Federal, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

6.3.1. 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, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

- a) 02 (dois) profissionais de atendimento: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 05 (cinco) anos, em atendimento de publicidade;
- b) 02 (dois) profissionais de criação: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 05 (cinco) anos, na criação/redação publicitária;
- c) 01 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica): possuir experiência comprovada, de no mínimo 05 (dois) anos, em produção;
- d) 02 (dois) profissionais de mídia: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 05 (cinco) anos, em planejamento e execução de mídia;
- e) 01 (um) profissional de análise de dados (business Intelligence), nível sênior: possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 03 (três) anos, na área.

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

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

6.6. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

6.6.1. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.6.2. O disposto no subitem 6.6.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

6.8. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

6.8.1. O desrespeito ao disposto no subitem 6.8. 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.

6.9. 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.

6.10. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

6.10.1. fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

6.10.2. só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

6.10.3. apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

6.10.4. exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.10.5. a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial 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;

6.10.6. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – 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;

6.10.7. para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: *“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”*

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

6.12. A CONTRATANTE poderá realizar a verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

6.13. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

6.14. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

6.15. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

6.16. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

6.17. As disposições dos subitens 6.10 e 6.15 não se aplicam à compra de mídia.

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

6.18.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

6.19. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

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

6.20.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

6.20.2. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

6.20.3. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA também cuidará para que não sejam incluídos, no planejamento de mídia, blogs, canais ou plataformas digitais, cujo programa ou conteúdo incite a violência, produza fake news, promova pornografia ou viole direitos fundamentais do cidadão.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.21. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos 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, 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.

6.22. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 6.21, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos 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, 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.

6.23. O estudo de que trata o subitem 6.22 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

6.24. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 6.23 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

6.25. Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

6.26. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 6.22, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

6.27. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em XDCAN, DVD ou arquivos digitais;
- b) Internet: arquivos digitais;
- c) Rádio: arquivos digitais; e
- d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

6.28. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da Concorrência que deu origem a este instrumento:

a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

6.28.1. O banco de imagens será constituído e mantido pelas agências contratadas em decorrência do certame que deu origem a este instrumento, a suas expensas, reservada a CONTRATANTE a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

6.29. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso, independentemente do disposto nos subitens 6.27 e 6.28.

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

6.31. 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.

6.32. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço realizadas com a CONTRATADA e as mensagens eletrônicas mais relevantes sobre as demandas de serviços, permutadas entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

6.32.1. O relatório sobre reunião de serviço será enviado pela CONTRATADA à CONTRATANTE após sua realização e o relatório com o teor das mensagens eletrônicas mais relevantes será enviado quinzenalmente.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.32.1. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório

6.33. 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 de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

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

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

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

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

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

6.39. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

6.40. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.41. 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.

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

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

6.44. 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.

6.44.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

6.45. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

6.46. 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.

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

6.47.1. 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 este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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

6.49. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

6.50. No interesse da CONTRATANTE, 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 do presente contrato, conforme disposto nos do art. 125 e 126 da Lei nº 14.133/2021.

6.51. O contratado deve cumprir as exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social e para aprendiz, quando aplicado.

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 solicitado ou especificado.

7.2. A forma de acompanhamento e a fiscalização são as estabelecidas no Item 6.8 a 6.24 do Termo de Referência, Anexo IV deste Edital.

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO (art. 92, V)

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

8.1.1. Desconto de% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal - SINAPRO-DF, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

8.1.1.2. 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 - SINAPRO-DF e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.1.2. Honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.1.3. Honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato; exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. Honorários de% (..... por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 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) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;
- b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) 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.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

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

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a **CONTRATADA** fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto nº 57.690/1966.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à **CONTRATADA** pela concepção, execução e 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** 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a **CONTRATADA** apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a **CONTRATADA** fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à **CONTRATANTE** o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela **CONTRATADA**, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da **CONTRATANTE**, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio 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, 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 relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998, 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 dos bens e dos serviços especializados 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 e 10.2.2.

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 xxx% (xxxxxxx). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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 xxx% (xxxxxxx). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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 6.10.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, 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 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, 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.

10.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

10.6. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO (art. 92,VI)

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

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, 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 de bens e de serviços especializados ou do veículo de divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da 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 encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

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

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, 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.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.2.2.1. Para pagamento das despesas com veiculação, constarão dos procedimentos de execução do contrato os documentos fiscais apresentados pela contratada, a demonstração do valor devido ao veículo, a sua tabela de preços, a indicação dos descontos negociados, os pedidos de inserção e, sempre que possível, relatório de checagem a cargo de empresa independente, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.

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 dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

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

I - Revista: exemplar original;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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 6.21 ou 6.22., perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 6.21 ou 6.22, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo 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;

a1) como alternativa ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' 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;

b) Mídia Exterior:

b1) 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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 6.21 ou 6.22.

11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

11.6.1. Se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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.

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 IPCA Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$, na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8 os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.8.2. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 10 (dez) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

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

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

11.10.2. 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 a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

12.1. A **CONTRATADA**, no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir do recebimento do contrato, prestará garantia de cumprimento das obrigações contratuais, no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, conforme disposto na subcláusula 4.1 deste contrato.

12.1.1. Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da **CONTRATANTE**, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela **CONTRATADA**.

12.1.2. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 12.1 e 12.1.1, autoriza a **CONTRATANTE** a promover a rescisão deste contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem o art. 115, § 6º, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e neste contrato.

12.2. Caberá à **CONTRATADA** escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados por seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

12.3. Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal ou Banco do Brasil, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4. 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



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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**.

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

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

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

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

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

12.6. Se a opção for por título da dívida pública, esse 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.

12.7. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

I) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

II) prejuízos causados à **CONTRATANTE** ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;

III) multas moratórias, compensatórias e punitivas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**; e

IV) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela **CONTRATADA**.

12.7.1. A modalidade seguro garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 12.7.

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

12.9. Sem prejuízo das sanções previstas em lei e neste contrato, a não prestação da garantia exigida implicará sua imediata rescisão.

12.10. 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**.

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

12.12. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a **CONTRATANTE** exigirá nova garantia, escolhida pela **CONTRATADA** entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

12.13. 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.

12.14. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da **CONTRATADA**, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.14.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

12.15. 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.

12.15.1. Aceita pela **CONTRATANTE**, substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o interessado que, com dolo ou culpa:

1.13.1. Deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pela Comissão Especial de Contratação;

1.13.2. Não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade do credenciamento;

1.13.3. Recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

1.13.4. Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante o credenciamento;

1.13.5. Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos do credenciamento;

1.13.6. Praticar ato lesivo previsto no [art. 5º da Lei nº 12.846, de 2013](#).

13.2. Com fulcro na [Lei nº 14.133/2021](#), a Administração poderá, após regular processo administrativo, garantida a prévia defesa, aplicar aos credenciados as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

13.2.1. advertência;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

13.2.2. multa;

13.2.3. impedimento de licitar e contratar; e

13.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

13.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

13.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

13.3.2. as peculiaridades do caso concreto;

13.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

13.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública;

13.3.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle;

13.3.6. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurados à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa, observadas as condições indicadas na Portaria CFMV nº 123/2025; e

13.3.7. As sanções aplicadas serão registradas no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado pela CONTRATANTE.

13.4. A SANÇÃO DE ADVERTÊNCIA poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.4.1. A falha na execução contratual restará configurada quando:

13.4.1.1 A CONTRATADA cometer, nos últimos 12 (doze) meses contínuos de execução contratual, uma quantidade de infrações cujo somatório de pontos correspondentes, conforme a Tabela 1, atinja ou ultrapasse 10 (dez) pontos:



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

Tabela 1 – Correspondência entre Grau da Infração e Quantidade de Pontos

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	1 ponto por infração
Média	2 pontos por infração
Grave	3 pontos por infração

13.4.1.2. Comprovadas as falhas e atingida a pontuação estabelecida no subitem 13.4.1.1, a CONTRATANTE poderá aplicar as sanções, por infração, conforme os graus, as correspondências, as descrições e as incidências estabelecidas na Tabela 2 e na Tabela 3, apresentadas a seguir:

Tabela 2 – Grau e correspondência de cada infração

Grau da infração	Quantidade de pontos atribuídos
Leve	Advertência (na primeira infração)
	Multa no valor de 0,025 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço (após a primeira infração).
Média	Multa no valor de 0,1 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço.
Grave	Multa no valor de 0,5 %, por incidência, sobre o valor total deste contrato ou valor do serviço

Tabela 3 – Infrações

Item	Descrição	Grau	Incidência
1.	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	Média (passível de correção)	Semestral
2.	Demora para centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
3.	Não executar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	Grave	Semestral
4.	Não utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento.	Leve (passível de correção)	Semestral
5.	Substituir os profissionais envolvidos na execução contratual sem o conhecimento e anuência da CONTRATANTE.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

6.	Não envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação ou não transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.	Grave	Por ocorrência
7.	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
8.	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
9.	Não atuar com atenção e responsabilidade na elaboração de estimativa de custos dos produtos e serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
10.	Não observar as condições estabelecidas no presente contrato para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE.	Média (passível de correção)	Semestral
11.	Não observar os prazos estabelecidos pela CONTRATANTE na condução dos serviços objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
12.	Provocar prejuízos e danos à CONTRATANTE devido a sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
13.	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
14.	Não repassar à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.	Grave	Por ocorrência
15.	Não repassar à CONTRATANTE o desconto de antecipação de pagamento, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.	Grave	Por ocorrência
16.	Sobrepôr os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

17.	Sobrepôr os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam.	Grave	Por ocorrência
18.	Não incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010. (Igualdade racial).	Média (passível de correção)	Por ocorrência
19.	Contratar fornecedores de bens e de serviços especializados ou reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, relacionados à execução deste contrato, sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
20.	Não providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
21.	Não apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
22.	Cotar preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que: um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação; e que algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.	Grave	Por ocorrência
23.	Realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato, sem a autorização prévia da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

24.	Recusar a encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
25.	Não zelar pelo irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência da execução contratual, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
26.	Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mesmo que acidentalmente, sem a prévia e expressa autorização da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
27.	Manter, durante a vigência deste contrato, a prestação de serviços de publicidade à empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação da CONTRATANTE.	Grave	Por ocorrência
28.	Recusar o ressarcimento à CONTRATANTE de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.	Grave	Por ocorrência
29.	Não prestar o devido esclarecimento à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA.	Grave	Por ocorrência
30.	Caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.	Grave	Por ocorrência
31.	Não cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes ao objeto deste contrato.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
32.	Não cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
33.	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
34.	Não apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.	Leve (passível de correção)	Por ocorrência
35.	Gerar prejuízos e infrações à CONTRATANTE na prestação dos serviços objeto deste contrato.	Grave	Por ocorrência
36.	Não realizar de forma devida o pagamento de tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem	Média (passível de correção)	Por ocorrência



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

	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.		
37.	Não observar na execução dos serviços as boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.	Leve (passível de correção)	Semestral
38.	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um núcleo de mídia, sem personalidade civil ou jurídica e sem fins lucrativos.	Média (passível de correção)	Por ocorrência
39.	Demora na constituição, em parceria com as outras agências contratadas, de um acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e com banco de imagens.	Média (passível de correção)	Por ocorrência

13.4.2. As penalidades decorrentes das condutas tipificadas acima podem ser aplicadas cumulativamente entre si, desde que seu somatório não ultrapasse 10% (dez por cento) do valor atualizado da contratação, sem prejuízo das demais sanções dispostas no subitem 13.2.

13.4.3. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.4.

13.5. A MULTA MORATÓRIA poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados e sujeitará a CONTRATADA à multa de:

I. 0,33% (trinta e três centésimos por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida;

II. 0,66% (sessenta e seis centésimos por cento) por dia de atraso, na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida, em caráter excepcional, se houve justificativa plausível, a juízo da CONTRATANTE, quando o atraso ultrapassar 30 (trinta) dias.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

13.5.1. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço poderá caracterizar a inexecução total deste contrato, a juízo da CONTRATANTE.

13.6. A CONTRATADA estará sujeita à **MULTA COMPENSATÓRIA** de:

I - 1% (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II - 1% (um por cento), calculada sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pela:

a) inexecução total deste contrato;

b) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

III. 0,07% (sete centésimos por cento) do valor deste contrato ou do valor da dotação orçamentária, o que for menor, por dia de atraso, observado o máximo de 2% (dois por cento) pela recusa injustificada em apresentar a garantia prevista no subitem 12.1 deste contrato;

IV - até 1% (um por cento) sobre o valor que reste executar deste contrato ou sobre o valor da dotação orçamentária que reste executar, o que for menor, pelo descumprimento de qualquer cláusula contratual, respeitado o acima disposto neste subitem.

13.7. O **IMPEDIMENTO DE LICITAR E CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO** poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I - por até 06 (seis) meses:

a) atraso no cumprimento das obrigações assumidas contratualmente, que tenha acarretado prejuízos financeiros para a CONTRATANTE;

b) execução insatisfatória do objeto deste contrato, sem prejuízo da aplicação da sanção de advertência ou multa, na forma dos subitens 13.4, 13.5 e 13.6.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

II - por até 03 (três) anos:

- a) não conclusão dos serviços contratados;
- b) prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Planilha de Autorização de Produção (PAP) ou da Planilha de Autorização de Veiculação (PAV) ou documento equivalente, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 14.133/2021, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- g) reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.8. A DECLARAÇÃO DE INIDONEIDADE PARA LICITAR OU CONTRATAR COM A ADMINISTRAÇÃO será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

I - apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;

II - sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;

III - demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

13.9. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 14.133/2021, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

13.12. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA RESCISÃO DO CONTRATO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos no art. 155 da Lei nº 14.133/2021.

14.2. 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 garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) der motivo à 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;



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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 e qualificação, incluída a comprovação da qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

14.2.1. 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.

14.2.2. 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 10 (dez) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência bancária a ser indicada pela CONTRATANTE.

14.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

14.3.1. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

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. A 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

15.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.

15.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.

15.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

15.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo Contratado.

15.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do contratado eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.

15.6. É dever da contratada orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

15.7. A Contratada deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

15.8. A Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

15.9. A Contratada deverá prestar, no prazo fixado pela Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

15.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

15.11. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

15.12. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA PUBLICAÇÃO

16.1. Incumbirá à CONTRATANTE divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei nº 14.133/2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, caput, da Lei nº 14.133/2021.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. 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.

17.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de emprego em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE, nos termos do art. 7º do Decreto nº 7.203/2010.

17.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes das Leis nºs 12.232/2010 e 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

17.4. 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.



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

17.5. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na *internet*.

17.5.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – FORO

18.1. Fica eleito o Foro da Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal (art.109, I, CRFB/1988), para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme [art. 92, § 1º, da Lei nº 14.133/2021](#).

Brasília-DF, ____ de ____ de 2026.

Conselho Federal de Medicina Veterinária – CFMV

(Contratada)