



CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

CONTRATO Nº SEI-31/2025

CONCORRÊNCIA PROCESSO SEI CFM

N. 23.0.000002963-7

CONCORRÊNCIA CFM Nº 002/2023

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL QUE ENTRE SI CELEBRAM O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA E AGÊNCIA L2W3 DIGITAL LTDA - MORINGA, NA FORMA ABAIXO:

O CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA, Autarquia Federal de Fiscalização da Profissão Médica, instituída pela Lei nº 3.268 de 30 de setembro de 1957 e regulamentada pelo Decreto nº 44.045 de 19 de julho de 1958, com sede no SGAS 616 Sul, Conjunto D, Lote 115 - Brasília - DF, CNPJ nº 33.583.550/0001-30, CF/DF nº 33583550000130, por seu representante legal, consoante delegação de competência conferida pela Lei nº 3.268/57, neste ato representado pelo seu Presidente, **JOSÉ HIRAN DA SILVA GALLO**, nomeado pela Ata de Reunião Plenária do Conselho Federal de Medicina, publicada no DOU nº 194 seção 1, no dia 07 de outubro de 2024, doravante denominado **CONTRATANTE** e do outro lado à empresa **L2W3 DIGITAL LTDA - Moringa**, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 05.244.232/0001-09, estabelecida no Setor SGCV Lote 22 Loja 19B, Subsolo, Casa Park, Zona Industrial - Guará, Brasília-DF, CEP: 71.215-100, representada neste ato pelo Sra. **RIANNI BERTOLDO**, CEO, portadora do CPF nº [REDAZIDO] RG nº [REDAZIDO] doravante denominado **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente Contrato, nos termos da Lei nº 4.680/65, Lei Complementar nº 123/06, da Lei 12.232/10 e da Lei nº 8.666/93, e modificações posteriores, mediante as cláusulas e condições seguintes:

1 - CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

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

- a) Prospeção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;**
- b) Criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;**
- c) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do CFM, em seus canais proprietários e em outros ambientes,**

plataformas e/ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;

d) Moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais; e

e) Monitoramento e estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos.

1.2 A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

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

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

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

1.6 Para execução do objeto deste contrato, as demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados, PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS E PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES para apoiar Conselho Federal de Medicina-CFM na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela equipe do CFM, com os respectivos quantitativos estimados de execução constantes do Anexo I deste contrato.

b) Produtos e serviços Complementares: que estão relacionados no Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>

1.7 Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares do CFM relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no Anexo I deste contrato, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias: 1. Design; 2. Apresentação; 3. Planejamento Estratégico; 4. Planejamento Tático; 5. Métricas e Avaliações; 6. Conteúdo; 7. Peças Digitais; 8. Tecnologia; 9. Vídeo; 10. Redes Sociais; 11. Manuais; 12. Ferramentas de Comunicação Digital; e 13. Atendimento.

1.8 Os Produtos e Serviços Essenciais estão especificados no Anexo I deste contrato.

1.8.1 As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas poderão ser aperfeiçoadas pela Contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer

da execução contratual.

1.8.2 Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, mas necessário à execução contratual, a contratada deverá apresentar ao CFM justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto do contrato.

1.8.3. Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial, não previsto no catálogo constante do Anexo I deste contrato, o item poderá passar a integrar o catálogo e, se for o caso, gerar nova categoria.

1.9 Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela Contratada para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Anexo I deste contrato.

2 - CLÁUSULA SEGUNDA - CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

2.1 A contratação foca na prestação de serviços de comunicação digital, por uma única empresa, prestados sob regime de execução indireta e sob demanda, ficando o CFM reservado o direito de executar ou não a totalidade dos recursos do previstos no contrato.

2.2 Não está prevista a necessidade de manutenção ou assistência técnica, tendo em vista a natureza do Objeto.

2.3 Os serviços a serem contratados enquadram-se nos pressupostos do Decreto nº 9.507/2018, constituindo-se em atividades materiais acessórias e complementares à competência legal do órgão, não inerentes às categorias funcionais abrangidas por seu respectivo plano de cargos.

2.4 A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da CONTRATADA e do CFM, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

2.5 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela CONTRATANTE, por meio de Ordem de Serviço (OS).

2.6 Não fazem parte do Objeto desta contratação serviços de infraestrutura e hospedagem (hosting) de portais, sítios e aplicativos.

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

2.8 A CONTRATADA deverá disponibilizar todos arquivos fonte e/ou abertos dos produtos e serviços entregues, para posterior edição pela CONTRATANTE, inclusive após a vigência do contrato.

2.9 A empresa CONTRATADA deverá ter capacidade de iniciar plenamente a execução dos serviços a partir da assinatura do contrato.

2.10 A empresa CONTRATADA deverá disponibilizar banco de imagens (Royalty Free) contendo fotos e vídeos para uso irrestrito nos materiais produzidos e também para uso nos materiais do

CFM.

2.11 A fim de assegurar o hall de produtos e serviços que serão utilizados neste contrato, assume-se duas fontes:

2.11.1 Relação de Produtos e Serviços Essenciais, ANEXO I deste contrato; e

2.11.2 Produtos e Serviços Complementares que estão relacionados no Guia de Valores de Produtos e Serviços Digitais da Associação Brasileira dos Agentes Digitais - ABRADI vigente, localizado em <https://abradi.com.br>

3 - CLÁUSULA TERCEIRA - DOS DOCUMENTOS INTEGRANTES DO CONTRATO

3.1. Constituem parte integrante do contrato os seguintes documentos, cujo teor as partes declaram ter pleno conhecimento:

- a) Edital de Concorrência - nº 002/2023 E SEUS ANEXOS;
- b) Propostas e documentos que integram o processo, firmados pela CONTRATADA;

3.2. Os documentos supracitados são considerados suficientes para, em complemento deste contrato, definir a sua intenção e reger a execução adequada do objeto contratado dentro dos mais altos padrões da técnica atual.

3.3. Em caso de dúvidas da CONTRATADA na execução deste contrato, estas devem ser dirimidas pelo CONTRATANTE, de acordo com o que consta neste edital e anexos.

3.4. O presente contrato poderá ser objeto de aditamento, mediante instrumento específico, que importe em alteração de qualquer condição contratual, desde que sejam assinados por representantes legais das partes, observando os limites e as formalidades legais.

4 - CLÁUSULA QUARTA - EXECUÇÃO CONTRATUAL

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

4.2 Para a execução, a CONTRATADA deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, Objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes no Edital.

4.2.1 A execução pela CONTRATADA de produtos e serviços nas dependências da CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela CONTRATADA.

4.2.2 A CONTRATANTE proverá a infraestrutura básica para a execução dos serviços, quando executados nas dependências do CFM, como por exemplo, o espaço físico e mobiliário, se necessário.

4.3 Será de responsabilidade da CONTRATADA prover aos profissionais necessários à execução do contrato a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, adequados e de última geração, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços contratados.

4.4 A CONTRATADA deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para a garantir a melhor intermediação com a CONTRATANTE. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente durante a execução do contrato, e podem ficar alocados nas dependências da CONTRATANTE, quando necessário.

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

4.5 Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

4.6 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela CONTRATANTE.

5 - CLÁUSULA QUINTA - MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO E CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO

5.1 O modelo de gestão do contrato é o disposto, no que couber, no Capítulo V da Instrução Normativa SLTI/MP nº 5/2017, bem como no art. 58 da Lei nº 8.666/1993 e em normativos internos e manuais editados pela CONTRATANTE.

5.2 Os critérios de avaliação dos serviços prestados, bem como a mensuração dos aspectos relevantes, se darão da seguinte forma:

5.2.1 Resultados alcançados em relação ao demandado, com a verificação dos prazos de execução e qualidade das entregas;

5.2.2 A adequação dos serviços prestados à rotina de execução estabelecida;

5.2.3 O cumprimento das demais obrigações decorrentes do contrato.

5.3 O pagamento será efetuado seguindo as regras a seguir:

5.3.1 O pagamento do serviço executado pela CONTRATADA e aceito definitivamente pela CONTRATANTE será efetuado após a realização de todos os critérios e aspectos demandados por meio de Ordem de Serviço, não se admitindo pagamento antecipado sob qualquer pretexto;

5.3.2 Após o recebimento definitivo, prestação de contas e liquidação dos serviços, o gestor do contrato instruirá processo de pagamento com Nota Fiscal ou Fatura e os demais documentos comprobatórios da prestação dos serviços, encaminhando para o setor competente para pagamento;

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

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

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

5.3.5.1 A data de emissão;

5.3.5.2 Os dados do contrato e da CONTRATANTE;

5.3.5.3 O período de prestação dos serviços;

5.3.5.4 O valor a pagar.

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

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

6 - CLÁUSULA SEXTA - DO RECEBIMENTO E ACEITAÇÃO DO OBJETO

6.1 A emissão da Nota Fiscal/Fatura deve ser precedida do recebimento definitivo dos serviços após a comprovada e efetiva prestação do serviço pelo CONTRATANTE.

6.2 Os procedimentos de recebimento provisório do Objeto devem seguir os termos estabelecidos pelo CONTRATANTE.

6.3 O prazo de entrega dos serviços está detalhado no presente contrato.

6.4 O recebimento provisório ou definitivo do Objeto não exclui a responsabilidade da CONTRATADA pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato, das garantias concedidas e das responsabilidades assumidas em contrato e por força das disposições legais em vigor (Lei nº 10.406, de 2002).

6.5 Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações da solicitação da demanda, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato, às custas da CONTRATADA, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

7 - CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA

7.1 O prazo de vigência do presente contrato será fixado a partir da data da sua assinatura e terá duração de 12 (doze) meses a partir da assinatura do contrato.

7.1.2 – O prazo previsto no *caput* desta cláusula poderá ser prorrogado na ocorrência de quaisquer das hipóteses descritas nos incisos I a IV do parágrafo primeiro do artigo 57 da Lei nº 8.666/93, desde que seja apresentada justificativa, por escrito, até o 10º (décimo) dia útil anterior ao termo final do prazo pactuado.

7.2. Quando da prorrogação contratual, o contratante realizará negociação para redução/eliminação dos custos fixos ou variáveis não renováveis que já tenham sido amortizados ou pagos no primeiro ano da contratação, sob pena de não renovação do contrato.

8 - CLÁUSULA OITAVA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

8.1 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 estão consignados no Orçamento do CFM, dentro do subitem ações de Comunicação.

8.2 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

8.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

8.4 As despesas decorrentes da contratação, objeto desta Licitação, correrão à conta dos recursos – 6.2.2.1.1.33.90.39.049 – Serviços de Processamento de Dados, com disponibilidade orçamentária de R\$ 2.560,000,00.

9 - CLÁUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

9.1.2 Fornecer os produtos e serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

9.1.2.1 Entregar todos os materiais, peças e conteúdos no prazo descrito no Edital;

- 9.1.2.2 Entregar, de forma sistemática, relatório mensal em arquivo de apresentação (até o terceiro dia útil após encerramento do mês anterior) com o consolidado de todas as entregas ao CFM, bem como suas respectivas métricas;
- 9.1.2.3 Entregar, de forma sistemática e mensal, hardware (pen drive, HD, repositório em nuvem, etc) com pastas organizadas por temas e datas contendo arquivo de imagem (JPG e PNG), digital aberto (arquivos PSD ou afins do pacote Adobe) e final (PDF).
- 9.1.3 Executar todos os serviços relacionados com o Objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda do CONTRATANTE.
- 9.1.4 Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pelo CONTRATANTE.
- 9.1.5 Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento.
- 9.1.6 Utilizar, na elaboração dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao referido instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.
- 9.1.6.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, equipamentos fotográficos, equipamentos de áudio, equipamento de captação de imagens em vídeo, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.
- 9.1.6.2 Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.
- 9.1.7 Preservar as regras e condições do contrato com o CONTRATANTE na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.
- 9.1.8 Não manter, durante a vigência do contrato a ser firmado, nenhuma forma de prestação de serviços de comunicação digital, com empresa concorrente ou incompatível com a área de atuação do CONTRATANTE, devendo, na assinatura do contrato, apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas do CONTRATANTE.
- 9.1.9 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

- 9.1.9.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 9.1.10 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 9.1.11 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pelo CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.
- 9.1.12 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 9.1.13 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.
- 9.1.14 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do Objeto do contrato a ser firmado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do Objeto pactuado.
- 9.1.15 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.
- 9.1.16 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- 9.1.17 Responder perante ao CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços do Objeto do contrato a ser firmado.
- 9.1.18 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para o CONTRATANTE.
- 9.1.19 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.
- 9.1.20 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as

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

9.1.21 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços Objeto do contrato a ser firmado.

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

9.1.23 **Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.**

9.1.24 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.

9.1.25 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços ao CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem ao contrato a ser firmado.

9.1.26 Fornecimento de fotos, imagens, vídeos e elementos gráficos de bancos especializados que contenham um acervo amplo com material atualizado e que contemple elementos que representem adequadamente a atividade médica no Brasil, bem como as características regionais e físicas de sua população;

10 - CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

10.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

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

10.3 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

10.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

10.5 Notificar, normal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

10.6 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e

quaisquer débitos de sua responsabilidade.

11 - CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

11.2 A gestão do contrato ficará a cargo da Sra. Vevila Junqueira - Gestora Titular e Sra. Nathália Siqueira - Gestora Substituta, que terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução e entrega dos serviços contratados.

11.3 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá aos gestores verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

11.4 Constituirá responsabilidade exclusiva dos gestores, verificar e adotar as providências que se fizerem necessárias junto à Contratada, quanto à adequação dos preços das contratações aos praticados no mercado.

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

11.6 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

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

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

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

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

11.11 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.

11.12 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

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

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

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

11.16 Os gestores do contrato ficarão incumbidos de proceder à Avaliação de Desempenho da Contratada, cujo relatório de avaliação deverá ser submetido à aprovação da diretoria do CFM, o qual, se aprovado, servirá de parâmetro para as prorrogações contratuais.

12 - CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA REMUNERAÇÃO

12.1. Pelos Serviços e Produtos Essências o Contratante pagará à contratada os valores referenciais no Anexo I deste contrato;

12.2. Pelos Produtos e Serviços Complementares a Contratada aplicará desconto linear na ordem de 50% (cinquenta por cento) sobre os valores elencados na tabela de Valores e produtos Digitais da ABRADI – Associação Brasileira de Agentes Digitais.

12.2.1. A Contratada se compromete a apresentar à Contratante a tabela de Produtos e Serviços Complementares do Guia de Valores e produtos Digitais da ABRADI, no início do contrato e sempre que houver atualização, para fins de aferição dos valores praticados.

12.3 O pagamento será efetuado em única parcela em favor da Contratada através de ordem bancária até o 10º (décimo) dia útil após a entrega do documento de cobrança a administração do Conselho Federal de Medicina e o atesto da nota fiscal pelo Executor do contrato;

12.4 A nota fiscal deverá vir acompanhada de comprovante de regularidade (certidão negativa) perante as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante e comprovante de regularidade (certidão negativa) perante a Seguridade Social (INSS), inclusive relativa ao Fundo de Garantia por tempo de Serviço (FGTS) e Justiça do Trabalho.

12.5 Caso a empresa vencedora goze de algum benefício fiscal, esta ficará responsável pela apresentação de documentação hábil, ou, no caso de optante pelo SIMPLES NACIONAL (Lei Complementar nº 123/2006), pela entrega de declaração, conforme modelo constante da IN nº 480/04, alterada pela IN nº 706/07, ambas da Secretaria da Receita Federal.

12.6 Após apresentada a referida comprovação, a empresa vencedora ficará responsável por comunicar ao CFM qualquer alteração posterior na situação declarada, a qualquer tempo, durante a execução do contrato.

12.7 Havendo erro no documento de cobrança, ou outra circunstância que impeça a liquidação da despesa, este ficará pendente até que a empresa vencedora providencie as medidas saneadoras necessárias, não ocorrendo, neste caso, qualquer ônus ao CONTRATANTE.

12.8 Se, por qualquer motivo alheio à vontade do CONTRATANTE, for paralisada a prestação do serviço, o período correspondente não gerará obrigação de pagamento.

12.9 Não caberá pagamento de atualização financeira à empresa vencedora caso o pagamento não ocorra no prazo previsto por culpa exclusiva desta;

12.10 No caso de pendência de liquidação de obrigações pela empresa vencedora, em virtude de penalidades impostas, o CONTRATANTE poderá descontar de eventuais faturas devidas ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

12.11. O percentual de desconto estabelecido no item 12.1 nesta cláusula poderá ser renegociado, no interesse do CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato for aferido percentual mais vantajoso no levantamento de preços.

13 - CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DO REAJUSTE

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

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

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

$$R = V \times I - I_o$$

Onde:

R = Valor do reajuste procurado;

V = Valor contratual do serviço a ser reajustado;

I = Índice relativo à data do reajuste;

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

14 - CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA GARANTIA

14.1 No prazo de até 10 (dez) dias, contado a partir da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá apresentar garantia no valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor total do contrato, a fim de assegurar a sua execução.

14.1.1 Esse prazo poderá ser prorrogado por igual período, a juízo da CONTRATANTE, à vista das justificativas que lhe forem apresentadas pela CONTRATADA.

14.1.2 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, nos termos do contrato.

14.1.3 O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 14.1 e 14.1.1, autoriza a CONTRATANTE a promover a rescisão do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõem os incisos I e II do art. 78 da Lei nº 8.666/1993, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.

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

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária.

14.3 Em se tratando de garantia prestada mediante caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

14.4 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 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 do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA - ocorrido durante a vigência contratual - e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) A apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

14.5 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.

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

- a) Ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) Ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

14.7 A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

- I. prejuízos advindos do não cumprimento do Objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- II. prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
- III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA; e
- IV. obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não adimplidas pela CONTRATADA.

14.7.1 A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 11.7.

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

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

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

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

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

14.13 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor, de que os serviços foram realizados a

conteúdo e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

14.13.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

14.14 A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 11.2

14.14.1 Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

15 - CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

15.2- A multa que se trata o item anterior não impede que o contratante rescinda unilateralmente o contrato e aplique as outras sanções previstas na Lei das Licitações (Lei n. 8.666/93).

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

15.4. - Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o contratado pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos eventualmente devidos pela Administração ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

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

I - Advertência;

II - Multa, na forma prevista no instrumento convocatório ou no contrato;

III - Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com o CFM, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

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

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

15.7. - As sanções previstas nos subitens I, III e IV poderão ser aplicadas juntamente com o subitem II, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 5

(cinco) dias úteis.

15.8. - A sanção estabelecida no subitem IV deste artigo é de competência exclusiva do Ministro de Estado, do Secretário Estadual ou Municipal, conforme o caso, facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação. [\(Vide art. 109 inciso III da Lei n. 8.666/93\).](#)

15.9. - As sanções previstas nos subitens III e IV poderão também ser aplicadas às empresas ou aos profissionais que, em razão dos contratos regidos por esta Lei:

- I - Tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- II - Tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- III - Demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.

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

16 - CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

16.1 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.

16.2 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](#).

16.3 É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.

16.4 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.

16.5 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.

16.6 É dever do contratado orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.

16.7 O Contratado deverá exigir de suboperadores e subcontratados o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.

16.8 O Contratante poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula,

devendo o Contratado atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

16.9 O Contratado deverá prestar, no prazo fixado pelo Contratante, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

16.10 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.

16.11 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.

16.12 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.

17 - CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA RESCISÃO

17.1. Constituem motivos incondicionais para a rescisão do contrato as situações previstas nos artigos 77 e 78, na forma do artigo 79, inclusive com as consequências do artigo 80 da Lei nº 8.666/93:

- a) O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- b) O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- c) A lentidão no cumprimento do contrato, levando a CONTRATANTE a concluir pela impossibilidade da prestação do serviço no prazo estipulado;
- d) O atraso injustificado no início do fornecimento dos equipamentos;
- e) A paralisação do fornecimento sem justa causa ou prévia comunicação ao CONTRATANTE;
- f) A subcontratação total ou parcial do objeto, associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência total ou parcial das obrigações contraídas, bem como a fusão, cisão ou incorporação da CONTRATADA que afetem a boa execução do contrato, sem prévio conhecimento e autorização da CONTRATANTE;
- g) O desatendimento das determinações regulares da Fiscalização, assim como a de seus superiores;
- h) O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas em registro próprio, pelo representante do CONTRATANTE designado para acompanhamento e fiscalização do contrato;

i) A decretação da falência da CONTRATADA;

j) A dissolução da CONTRATADA;

k) Razões de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera administrativa da CONTRATANTE, e exaradas no processo administrativo a que se refere este contrato;

l) A suspensão de sua execução, por ordem escrita da Administração, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo no caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

m) O atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pela CONTRATANTE decorrentes do fornecimento efetuado, salvo no caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurada à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;

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

17.2. A rescisão do contrato poderá ser precedida ou não de suspensão da execução do seu objeto, mediante decisão fundamentada que a justifique, poderá ser:

a) Determinado por ato unilateral e escrito do CONTRATANTE, observado o disposto no artigo 109, Inciso I, letra “e”, da Lei de Licitações. Amigável, por acordo entre as partes, formalizado a intenção com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, desde que haja conveniência para a CONTRATANTE,

b) Judicial, nos termos da legislação vigente.

17.3. A rescisão do contrato obedecerá ao que preceituam os artigos 79 e 80 da Lei de Licitações.

18 - CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. 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.

18.2. O CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial da União, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

18.3. O presente contrato poderá ser denunciado pelo CONTRATANTE após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência, mediante aviso prévio à CONTRATADA, com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

18.4. Constituem direitos e prerrogativas do CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

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

18.6. A omissão ou tolerância das partes - em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente - não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avançado.

19 - CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA PUBLICAÇÃO

19.1 A eficácia do contrato fica condicionada à publicação resumida do instrumento pela Administração, na Imprensa Oficial, a ser providenciada pelo CONTRATANTE, nos termos do parágrafo único do artigo 61 da Lei nº 8.666/1993.

20.

- CLÁUSULA VIGÉSIMA - VEDAÇÕES E PERMISSÕES

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

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

21.

- CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA - DO FORO E DOS CASOS OMISSOS

21.1 Fica eleito o Foro da Justiça Federal, em Brasília-DF, como competente para dirimir quaisquer dúvidas ou ações oriundas do presente contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

21.2 Os casos omissos serão analisados pelos representantes legais das partes, com o intuito de solucionar os impasses, sem que haja prejuízo para nenhuma delas, tendo por base o que dispõe a Lei nº 8.666/1993, o Decreto-Lei nº 3.555/2000, a Lei nº 10.520/2002 e demais legislações aplicáveis.

21.3 E, por estarem assim ajustados e de acordo, as partes assinam o presente contrato eletronicamente.

JOSÉ HIRAN DA SILVA GALLO
Presidente

ALEXANDRE DE MENEZES RODRIGUES
Secretário-Geral

JOSÉ ALEJANDRO BULLON SILVA
Assessoria Jurídica

VEVILA JUNQUEIRA
Gestora Titular

NATHÁLIA SIQUEIRA
Gestora Substituta

GLEDISTON LUIZ MUSTEFAGA
Setor de Contratos

RIANNI BERTOLDO
L2W3 DIGITAL LTDA - Moringa

ANEXO I

RELAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

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

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

DESIGN

1.1 Criação/Adequação de Layout de Propriedade Digital

Descritivo:

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade e consistência dos estudos e análises.
- Aplicabilidade dos leiautes propostos.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFM.
- Utilizar imagens de bancos especializados (ou outras fornecidas pela CONTRATANTE), assegurando o direito de uso de imagem por tempo indeterminado.
- Homologação pela Coordenação de Informática do CFM (COINF).

Complexidade:

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

1.2 Branding Digital

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica das atividades realizadas.

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Detalhamento dos entregáveis.

Complexidade:

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

1.3 Manual de identidade visual/Guia de estilo

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Complexidade:

não se aplica.

Prazo de entrega:

Até 10 (dez) dias úteis.

1.4 Key Visual

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Complexidade:

não se aplica.

Prazo de entrega:

Até 5 (cinco) dias úteis.

2. APRESENTAÇÃO

2.1 Apresentação

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Dinâmica da apresentação.

Complexidade:

Baixa	Com animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 4 dias úteis.
	Sem animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

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

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo:

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Prazo de entrega:

Até 20 dias úteis.

3.2 Mapeamento da Presença Digital

Descritivo:

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

- Identificação, junto com a equipe do CFM, dos principais assuntos, seus públicos e necessidades de comunicação.

- Análise editorial das propriedades digitais.
- Análise da arquitetura de informação.
- Análise da presença digital em ferramentas de busca.
- Análise da atuação da ativação nas redes sociais.
- Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais do CFM.
- Produção de relatório com recomendações de boas práticas para as propriedades digitais.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega:

Até 20 dias úteis.

3.3 Planejamento de conteúdo

Descritivo:

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

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

Entregas:

- Arquivo de apresentação (PPT e PDF) contendo o Planejamento de Conteúdo, com

detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do CFM.

- Arquivo de apresentação gráfica (PPT E PDF) com o resumo das diretrizes e orientações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Prazo de entrega:

Até 10 (dez) dias úteis.

4. PLANEJAMENTO TÁTICO

4.1 Planejamento tático de conteúdo para projeto

Descritivo:

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Prazo de entrega:

Até 6 (seis) dias úteis.

4.2 Arquitetura de Propriedade Digital

Descritivo:

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

- Elaboração e adequação de propriedade digital do CFM, que deverá ser responsiva a diferentes plataformas e dispositivos e prever recursos de acessibilidade.
- Proposição de arquitetura da informação de propriedade digital do CFM.
- Elaboração e adaptação de elementos gráficos e estilos definidos.
- Proposição de novos módulos, se for o caso.
- Proposição de novas funcionalidades, se for o caso.
- Proposição de novos elementos gráficos e estilos, se for o caso.
- Definição de fluxos, análise de dados e atividades de concepção e construção.
- Produção de protótipos navegáveis em wireframe.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de níveis da arquitetura da informação.

Complexidade:

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

5. MÉTRICAS E AVALIAÇÕES

5.1 Desempenho de Redes Sociais

Descritivo:

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

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

- Análise dos picos.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Visão comparativa com outros perfis de redes sociais.
- Recomendações de melhorias.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição da complexidade:

- Período da análise.

Complexidade:

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

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

Descritivo:

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

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

Entregas:

- Sítio/Portal/Aplicativo: Relatório com as ocorrências, análises e recomendações, durante o período da ação.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Período da análise da ação.

Complexidade:

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

6. CONTEÚDO

6.1 Produção de conteúdo para propriedades digitais

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Cotejamento

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

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

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

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

Prazo de entrega de cada um dos itens:

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

Ajustes e Refações:

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

Urgências:

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

7. MATERIAL GRÁFICO DIGITAL

7.1 Projeto gráfico para publicação digital

Descritivo:

Definição das características visuais de uma peça de design digital (Ex: relatórios,

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de páginas da publicação.

7.2 Diagramação/Editoração de Publicações Digitais

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Quantidade de páginas da publicação.

Complexidade:

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

8. AUDIOVISUAL

8.1 Fotografia Digital

Descritivo:

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

Entregas:

Imagens tratadas em alta resolução.

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Prazo de entrega:

No mesmo dia, após a captação.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Tempo de disponibilidade para prestação do serviço.

Complexidade:

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

8.2 Banco de imagem

Descritivo:

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

Entregas:

- Até 250 imagens para downloads mensais.

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

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

- As imagens devem abordar temas variados, sendo pelo menos os seguintes: saúde, medicina, vacina, profissionais da saúde, texturas, pessoas e objetos.

Prazo de entrega:
Mensal.

8.3 Videocast

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega:

Até 5 (cinco) dias úteis.

8.4 Podcast

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Presença física ou remota
- Contratação de apresentador

Complexidade:

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

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis.

8.5 Locução

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega:

Até 1 (um) dia útil.

8.6 Vídeo Reportagem/Stand up

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

- Cada vídeo deve englobar as seguintes etapas: produção, edição (texto e imagem), roteiro, direção de arte, sonorização, vinhetas e direção geral.
- O uso de informações, dados e outros insumos fornecidos pelo CFM bem como a observação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- A entrega dos arquivos de vídeo com as respectivas capas (Thumbnail), adaptações e textos de apoio para publicação nas diferentes redes sociais (horizontal, vertical, quadrada, entre outros).
- O vídeo deve considerar a apresentação feita por um repórter em ON.
- A legendagem em português.
- Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito de imagem em arquivo texto.
- O serviço deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo locução em OFF, produção, captação, edição, artes, trilha e, quando necessário, pesquisa de imagem de arquivo para cobertura. (repórter, equipe técnica, diretor de fotografia, assistente de câmera/eletricista/áudio, produtor, pesquisador), equipamentos digitais, pós-produção (arte, aplicação de vinhetas, edição, sonorização), locutor standard e trilha branca.

Complexidade:

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

Alta	Vídeo reportagem com entrega final acima de 5 minutos.
------	--

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis após a captação.

8.7 Vídeo depoimento

Descritivo:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

Quantidade de dias de captação e quantidade de depoimentos.

Complexidade:

Baixa	1 dia de captação e produção. Gravação de até 3 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto). <u>Prazo de entrega: Até 1 (um) dia útil após a captação.</u> Entrega do vídeo com até 3 minutos.
-------	---

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

8.8 Vídeo Institucional/News

Descritivo:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

- Contratação de apresentador/âncora.

Complexidade:

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

8.9 Vídeo Premium

Descritivo:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

Quantidade de dias de captação e produção.

Complexidade:

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

8.10 Vídeo animação - Motion Design

Descritivo:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo final em relação ao briefing e ao roteiro aprovados.

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

Complexidade:

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

8.11 Edição/Reedição de vídeo

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na prestação dos serviços:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

Tempo total do material editado.

Complexidade:

Baixa	Vídeo digital duração de até 3 (três) minutos Prazo de entrega: até 1 (um) dia útil.
Média	Vídeo digital duração acima de 3 (três) até 5 (cinco) minutos Prazo de entrega: até 2 (dois) dias úteis.
Alta	Vídeo digital duração acima de 5 (cinco) minutos Prazo de entrega: até 3 (três) dias úteis.

8.12 Criação de Vinheta

Descritivo:

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

Entregas:

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

Características consideradas na descrição do produto ou serviço:

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

Prazo de entrega:

Até 3 (três) dias úteis.

8.13 Libras em vídeo

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da aplicação.

Complexidade:

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

9. REDES SOCIAIS

9.1 Gestão e interação de Redes Sociais

Descritivo:

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

Entregas:

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

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

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

Aspectos a serem considerados

- Acompanhamento, interação e moderação permanente dos perfis e canais internos e externos indicados pelo CFM (24 horas, 7 dias por semana).
- Planejamento da presença digital e do uso estratégico das redes sociais do CFM.
- Reunião frequente com a equipe da COIMP (podendo ser presencial Brasília-DF) para discussão de briefings, esclarecimento de pontos de atenção e definições sobre resultados esperados.
- Avaliações diárias da presença digital relacionada à marca, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Postagem e/ou agendamento nas redes sociais oficiais de acordo com o planejamento estratégico ou orientação da equipe do CFM.
- Além do conteúdo produzido pela CONTRATADA, serão organizados, postados e agendados conteúdos e produtos produzidos internamente, por parceiros ou outras empresas, de acordo com as necessidades do CFM.
- Ação de interação de respostas aos internautas - Responding/SAC.
- Gerenciamento de interação.
- Atendimento, amplo e irrestrito, aos usuários das redes, com intervenções pontuais e de rápida execução, sem necessidade de produção de projetos e/ou documentos elaborados.
- Interação nas plataformas digitais via chat, com mensagens diretas e comentários, sem o uso de chatbot ou qualquer outro robô ou ferramenta de resposta automática.
- Avaliação da necessidade (ou não) de algum tipo de ação como resposta e/ou exclusão do comentário.
- Articulação com interlocutores do CFM relacionados ao tema para a elaboração de respostas.
- Elaboração e postagem de respostas.
- Esclarecimento de dúvidas dos públicos.
- Relacionamento digital com Conselhos Regionais de Medicina por meio das plataformas de redes sociais.
- Proposição de ações de oportunidade para participação em discussões que estão em andamento nas redes sociais.
- Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Prazo de entrega:

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

Prazo para interação

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

9.2 Monitoramento on-line

Descritivo:

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

Entregas:

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

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

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

- Relatório diário – Resumo dos fatos do dia com análise crítica e quantitativa sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e com recomendações de ações.
- Alertas – Os alertas se darão, em caráter excepcional e de emergência, caso seja identificada pela CONTRATADA ou pela CONTRATANTE situação potencialmente geradora de crise:
 - a) o documento deve trazer análise quantitativa e qualitativa sobre as palavras-chaves e publicações monitoradas (citações) indicando as principais fontes geradoras de repercussão;
 - b) o texto deve identificar tendências e distorções com visão crítica dos dados e fatos apurados.
 - c) o documento deve ter mensagens (posts, cards, textos, etc.), identificação de público-alvo e de influenciadores relacionados, destacando a repercussão positiva ou negativa alcançada;
 - d) o relatório deve comportar recomendações de ações e estratégias.
- Relatório semanal – Relatório consolidado com resumos dos fatos da semana com análise sobre o impacto das repercussões na imagem institucional do CFM e com recomendações de ações.

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

grau de mobilização de cada um;

g) o relatório deve identificar a performance das postagens do CFM indicando as que tiveram melhor ou pior resultados; e apontar as postagens de outros usuários das redes sociais que citaram o CFM ou os seus temas de interesse com impacto na imagem institucional. A análise deve contemplar aspectos como repercussão e relevância;

h) o relatório deve conter avaliação geral do impacto da mobilização digital em torno de temas referentes ao CFM (gerados pela instituição ou por indivíduos/páginas externas) com projeção de seus reflexos na opinião pública;

i) o relatório deve apresentar proposição de ações viáveis e exequíveis nas redes sociais (considerando infraestrutura e recursos), adequadas a instituição, que visem solucionar e responder aspectos apontados pelo monitoramento, em especial em situações de crise;

- Relatório semestral - Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas no período de seis meses, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.

- Relatório anual - Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas no período de doze meses, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.

- Relatório especial - Relatório com o consolidado de todas as informações obtidas em determinado período e sobre o tema a ser especificado pela CONTRATANTE, de maneira objetiva e didática, seguindo todas as características do relatório mensal e com recomendações de ações.

Formato e Prazos:

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

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

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

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

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

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

Quantidade de menções.

Complexidade:

Baixa	Monitoramento de até 100 mil menções/mês. Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.
-------	---

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

RELAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES

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

TABELA DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS PREÇOS UNITÁRIOS

	Produto	Complexidade	Quant. Anual Prevista	Quantidade Contratual Máxima	VALOR GLOBAL MÉDIA
	Criação/Adequação de Layout de Propriedade Digital				
		Baixa	1	12	R\$ 6.753,53
		Média	1	12	R\$ 11.269,15
		Alta	1	12	R\$ 18.807,52
	Branding Digital				
		Baixa	2	32	R\$ 34.773,30
		Média	1	12	R\$ 25.651,93
		Alta	1	12	R\$ 43.362,55
	Manual de Identidade Digital/Guia de Estilo		2	12	R\$ 70.176,96
	Key Visual		6	80	R\$ 98.1213,49
	Apresentação				
		Baixa	3	24	R\$ 12.539,04
		Média	2	12	R\$ 15.648,42
		Alta	1	12	R\$ 12.931,45
	Planejamento Estratégico de Comunicação Digital		1	12	R\$ 48.411,06

	Mapeamento de Presença digital			
	Baixa	1	12	R\$ 19.874,43
	Média	2	6	R\$ 57.413,42
	Alta	1	6	R\$ 36.273,09
Planejamento de conteúdo		2	20	R\$ 45.198,66
Planejamento tático de conteúdo para projeto		4	24	R\$ 75.714,66
	Arquitetura de Propriedade Digital			
	Baixa	2	12	R\$ 38.690,89
	Média	1	12	R\$ 35.054,61
	Desempenho de Redes Sociais			
	Baixa	6	24	R\$ 112.586,61
	Média	2	16	R\$ 58.674,17
	Alta	1	16	R\$ 46.857,53
	Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes			
	Baixa	3	12	R\$ 40.749,70
	Média	1	12	R\$ 21.443,74
	Alta	1	12	R\$ 35.072,73
	Produção de conteúdo para propriedades digitais			
	Baixa	4	48	R\$ 199.468,07
	Média	6	64	R\$ 629.607,36
	Alta	2	24	R\$ 393.321,39
Projeto gráfico para publicação digital		3	24	R\$ 63.703,88
	Diagramação/Editoração de Publicações Digitais			
	Baixa	5	36	R\$ 50.739,38
	Média	3	24	R\$ 53.379,67
	Alta	2	18	R\$ 57.546,76
	Fotografia			
	Baixa	30	200	R\$ 86.239,62
	Média	12	84	R\$ 68.917,08
	Alta	6	60	R\$ 126.696,94
Banco de imagem/vídeo		12	80	R\$ 179.835,00
	Videocast			

	Baixa	12	120	R\$ 214.637,61
	Média	4	80	R\$ 96.679,51
	Alta	2	36	R\$ 79.503,84
	Superior	1	36	R\$ 69.840,61
Podcast				
	Baixa	24	140	R\$ 181.712,59
	Média	4	60	R\$ 58.198,23
	Alta	3	36	R\$ 69.803,67
Locução				
	Baixa	3	64	R\$ 17.045,27
	Média	3	64	R\$ 35.365,85
Vídeo Reportagem/Stand up				
	Baixa	4	60	R\$ 110.727,91
	Média	1	16	R\$ 39.679,91
	Alta	1	16	R\$ 55.596,15
Vídeo Depoimento				
	Baixa	8	80	R\$ 200.966,12
	Média	2	32	R\$ 83.269,76
	Alta	2	32	R\$ 135.947,18
Vídeo Institucional/News				
	Baixa	4	60	R\$ 385.024,32
	Média	2	24	R\$ 318.182,45
Vídeo Premium				
	Baixa	3	48	R\$ 251.549,59
	Média	2	32	R\$ 240.048,71
	Alta	1	48	R\$ 206.286,77
Vídeo de animação - Motion Design				
	Baixa	12	120	R\$ 270.114,55
	Média	6	72	R\$ 188.695,77
	Alta	3	48	R\$ 144.649,07
Edição/Reedição de vídeo				
	Baixa	8	120	R\$ 78.012,00
	Média	4	48	R\$ 68.855,52
	Alta	2	32	R\$ 50.723,68
Criação de vinheta		6	64	R\$ 41.914,38
Libras em Vídeo				
	Baixa	3	48	R\$ 25.898,92
	Média	2	32	R\$ 25.406,36

	Alta	1	24	R\$ 20.608,07
Gestão e Interação de redes sociais		12	80	R\$ 1.066.268,76
Monitoramento on-line				
	Baixa	8	60	R\$ 530.618,14
	Média	3	60	R\$ 385.406,62
	Alta	1	60	R\$ 219.903,60



Documento assinado eletronicamente por **Alexandre de Menezes Rodrigues, Secretário-geral**, em 27/08/2025, às 08:26, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Hiran da Silva Gallo, Presidente**, em 27/08/2025, às 09:16, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **José Alejandro Bullon Silva, Coordenador(a)**, em 27/08/2025, às 11:28, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **Rianni Bertoldo, Usuário Externo**, em 27/08/2025, às 15:52, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **Vevila Junqueira da Silva, Jornalista**, em 11/09/2025, às 11:24, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **Glediston Luiz Mustefaga, Chefe de Setor**, em 15/09/2025, às 09:39, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.cfm.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **2957209** e o código CRC **F80BC0F7**.



SGAS, Qd. 616 Conjunto D, lote 115, L2
Sul - Bairro Asa Sul | (61) 3445-5900
CEP 70.200-760 | Brasília/DF -
<https://portal.cfm.org.br>



Referência: Processo SEI nº 23.0.000002963-7 | data de inclusão: 26/08/2025