



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

LICITAÇÃO CFN – TOMADA DE PREÇOS Nº 1/2006

ANEXO I

PROJETO BÁSICO DE LICITAÇÃO

1. ORGÃO INTERESSADO E LOCALIZAÇÃO

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

1.2. Localização: SRTVS, Quadra 701, Conjunto L, Bloco II, Sala 406, Centro Empresarial Assis Chateaubriand, em Brasília (DF). CEP 70340-000. Fones: 3225-6027. Fax: 3323-7666. E-mail: cfn@cfn.org.br. Site: www.cfn.org.br

2. ÁREA(S) INTERESSADA(S)

Comissão de Comunicação e Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN.

3. RESPONSÁVEIS PELO PROJETO BÁSICO

RENATO SANTOS MARQUES, Coordenador da Comissão de Comunicação do CFN, e MARIA DO SOCORRO AQUINO CUSTÓDIO, Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN.

3.1 – RESPONSÁVEL PELA PARTE TÉCNICA

CARLOS EDUARDO REIS GREGÓRIO, publicitário.

4. OBJETO

4.1. Execução de serviços de publicidade para a realização da campanha nacional de alimentação saudável, pelo período de 12 (doze) meses, compreendendo:

- a) estudo, concepção, criação e execução da divulgação de campanhas e peças publicitárias;
- b) desenvolvimento e execução de ações promocionais;
- c) elaboração de marcas, logotipos e quaisquer timbres de propaganda;
- d) assessoramento e acompanhamento das ações de comunicação nos diversos veículos de mídia;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- e) agenciamento, veiculação e intermediação perante os diversos veículos de mídia;
- f) desenvolvimento e planejamento de estratégias para as ações de *e-marketing*.

5. ESPECIFICAÇÕES

5.1. Para a execução dos serviços deverão ser observadas as especificações contidas no *Briefing* (Anexo A) deste Projeto Básico.

6. CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

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

6.2. Qualquer esclarecimento em relação a presente licitação poderá ser solicitado diretamente à Equipe de Apoio do CFN, no endereço e horários constantes no preâmbulo.

7. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DAS PROPOSTAS

7.1. Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas e de Preço deverão ser apresentados em 3 (três) envelopes distintos e separados, todos fechados e rubricados no fecho, endereçados à Comissão de Licitação e indicando a razão social da licitante, o número do envelope, o conteúdo do envelope, o número desta licitação e o nome do representante legal da licitante ou de seu preposto habilitado, quando for o caso.

7.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em original, ou cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou ainda, em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Licitação, no ato da abertura do envelope contendo os Documentos de Habilitação. Só serão aceitas, se for o caso, cópias legíveis, que permitam a perfeita condição de análise por parte da Comissão de Licitação.

7.3. As Propostas Técnicas e de Preço serão apresentadas em uma única via, datilografadas ou impressas, redigidas com clareza, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas, devidamente datadas e assinadas pelos representantes legais das pessoas jurídicas.

7.4. Para comprovar a representação legal, a pessoa indicada entregará:

- a) se procurador, instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, com poderes para praticar todos os atos pertinentes ao



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

certame em nome da empresa representada (Modelo de Procuração a ser anexado ao Edital);

b) no caso de sócio-gerente, diretor, proprietário, dirigente ou assemelhado da empresa, deverá apresentar cópia do estatuto ou contrato social em vigor, no qual estejam expressos os poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

8. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Envelope nº 1)

8.1. Para se habilitar na licitação, a licitante deverá apresentar a seguinte documentação:

8.1.1. Habilitação Jurídica:

a) registro comercial, devidamente regularizado no órgão competente, no caso de firma individual;

b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado no órgão competente, em se tratando de sociedades civis ou comerciais, inclusive as sociedades por ações;

c) documento de eleição ou de nomeação dos administradores, no caso de sociedades por ações e naqueles em que haja essa previsão nos atos constitutivos;

d) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante.

8.1.1.1. Os documentos mencionados na alínea “b” do item 8.1.1 deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação.

8.1.1.2. Os documentos mencionados nas alíneas “a” e “b” do item 8.1.1 deverão indicar que a licitante tem, dentre os seus objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatíveis com o objeto desta licitação.

8.1.2. Regularidade Fiscal:

a) prova de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes (CGC) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) do Ministério da Fazenda;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, conforme exigível pela natureza da atividade, ou do Distrito Federal,



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

c) prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, mediante a apresentação de:

c.1) certidão negativa de débitos expedida pela Secretaria da Receita Federal;

c.2) certidão negativa de débitos inscritos na Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria da Fazenda Nacional;

d) prova de regularidade para com as Fazendas estadual, municipal ou do Distrito Federal, mediante a apresentação de certidões negativas de débitos, ou documentos declaratórios de que a licitante não é contribuinte, expedidos pelos respectivos órgãos fazendários do local da sede da licitante;

e) prova de regularidade para com a Seguridade Social, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos (CND) expedida pelo INSS;

f) prova de regularidade para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante a apresentação de Certificado de Regularidade de Situação (CRS) expedido pela Caixa Econômica Federal.

8.1.3. Qualificação Técnica:

As pessoas jurídicas interessadas em participar da licitação deverão apresentar, ainda por ocasião da habilitação, os seguintes elementos comprobatórios de qualificação técnica:

I) comprovação de que a pessoa jurídica tem atividade própria de agência de propaganda, mediante a juntada de contrato social e respectivas alterações em que fiquem comprovadas tais atividades;

II) 3 (três) atestados, expedidos por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprovem a aptidão da licitante para a prestação de serviços pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação, contendo os seguintes elementos:

a) nome, CGC/MF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;

b) nome e CGC/MF ou CNPJ da empresa que prestou os serviços;

c) descrição dos serviços;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- d) período de execução dos serviços;
- e) valores contratuais;
- f) pronunciamento quanto à qualidade dos serviços e em relação ao cumprimento das obrigações assumidas;
- g) local e data da emissão do atestado;
- h) identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.

8.1.3.1. A omissão de qualquer informação indicada nas alíneas do item 8.1.3 será analisada pela Comissão de Licitação, que poderá decidir pela validade do atestado de capacidade técnica desde que as informações faltantes não comprometam a avaliação da aptidão técnica da licitante que o apresentar.

8.1.3.2. Uma mesma pessoa jurídica poderá emitir mais de um atestado em favor da mesma licitante; todavia, só valerão como atestados distintos se também se referirem a contratos distintos.

8.1.4. Qualificação Econômico-Financeira:

a) certidão negativa de pedido de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da licitante;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

8.1.4.1. Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis, encerrados há mais de 3 (três) meses anteriores à data marcada para a abertura da licitação, poderão ser atualizados pela variação "pro-rata tempore" do IGP-M.

8.1.4.2. A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço patrimonial e demonstrações contábeis encerradas, deverá substituir a exigência de que trata a alínea "b" do item 8.1.4 por demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência.

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



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

a) do balanço referido na alínea “b” do item 8.1.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

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

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

b) das demonstrações contábeis referidas no item 8.1.4.2, cujo Índice de Solvência, obtido conforme a fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1):

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

8.1.4.4. Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do item 8.1.4.3 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

8.1.4.5. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um) no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a”, ou menor que 1 (um) no cálculo do índice referido na alínea “b”, ambas do item 8.1.4.3, deverá incluir no Invólucro nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), valor esse equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da verba de publicidade a ser aplicada na futura contratação.

8.1.5. Regularidade Trabalhista:

Declaração, para os fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27.10.1999, de que a licitante não emprega pessoa menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que também não emprega menor de dezesseis anos em qualquer



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

situação, ressalvada na de aprendiz, podendo para tanto adotar o modelo de que trata o Anexo III.

8.2. Os documentos comprobatórios da regularidade fiscal e econômico-financeira deverão, na data de abertura da licitação, estar dentro do prazo de validade neles consignado, ou, na falta de tal prazo, serão admitidos como válidos pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão.

8.3. Os Documentos de Habilitação deverão estar todos em nome do estabelecimento matriz ou filial que se apresentar na licitação como sendo a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, referirem-se sempre ao estabelecimento matriz.

9. DAS OBRIGAÇÕES DA ADJUDICATÁRIA

9.1. As obrigações da Adjudicatária são as seguintes:

- I) executar os serviços nas condições especificadas neste Projeto Básico;
- II) observar na execução as orientações da Comissão de Comunicação e da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN;
- III) indicar representante para se relacionar com o CFN, como responsável pela execução do objeto deste Projeto Básico.

10. DAS OBRIGAÇÕES DO CFN

10.1. As obrigações do CFN são as seguintes:

- I) receber os serviços sempre que atenderem aos requisitos deste Projeto Básico, ou indicar as razões da recusa;
- II) efetuar os pagamentos, observadas as disposições do item próprio deste Projeto Básico;
- III) designar representante para se relacionar com a Adjudicatária como responsável pela execução do objeto deste Projeto Básico.

11. PROPOSTA TÉCNICA (Envelope nº 2)

- 11.1. As licitantes deverão apresentar a sua proposta técnica, contemplando, como fatores de pontuação, PLANO DE COMUNICAÇÃO, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, que deverão ainda observar o seguinte:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

11.1.1. **Plano de Comunicação** – a licitante deverá apresentar um Plano de Comunicação constituído de, no máximo 6 (seis) laudas, elaborado com base no *Briefing* (**Anexo I**), respeitando o seguinte:

- a) **Raciocínio Básico:** texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações constantes do *Briefing*;
- b) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto em que a licitante apresentará o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, deve fundamentar a proposta de solução publicitária do problema específico de comunicação apresentado, explicitando o que dizer, a quem dizer, quando dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e/ou meios de divulgação utilizar;
- c) **Idéia Criativa:**
 - c.1) texto em que a licitante apresentará a síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado na ação de comunicação da Campanha Nacional de Alimentação Saudável do CFN. A idéia criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação;
 - c.2) como parte do quesito Idéia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 3 (três) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea “a”. Os exemplos de peças devem ser apresentados sob forma de layout, podendo ser acompanhados de roteiro, *story-board* impresso ou ainda animação de peças eletrônicas/TV e de rádio com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação, proposto pela licitante. Estas peças podem ser apresentadas em formatos compatíveis com suas características. Apresentar ainda, 1 (um) peça de outdoor e 1 (um) anúncio de revista;
 - c.3) não serão aceitas peças produzidas em outras campanhas do CFN ou órgãos similares, caso venham a ser apresentadas, não serão consideradas;

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- d.1) texto em que, de acordo com as informações do *briefing*, são sugeridos veículos de comunicação convencionais e outros meios fora da mídia, capazes de atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos);
- d.2) simulação de plano de mídia das peças de que trata a alínea c2 do quesito **Idéia Criativa**, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação, grade da programação, os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, custo por mil, separadamente e por meio, além da audiência, cobertura, utilizando-se todas as pesquisas de mídia disponíveis que comprovem a eficiência do plano apresentado, bem como os valores (absolutos e percentuais) alocados em produção.

11.1.1.1. Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e das praças a serem consideradas na simulação de mídia.

11.1.1.2. A critério do **CFN**, a campanha publicitária da Proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

11.1.2. **Capacidade de Atendimento** – a licitante apresentará textos em que constarão:

- a) relação nominal de 5 (cinco) clientes atendidos pela licitante, com indicação do período de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (nome, formação e experiência) dos profissionais que serão colocados à disposição do CFN, para execução do contrato;
- c) as instalações e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, mencionando os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça publicitária avulsa ou campanha e elaboração de plano de mídia.

11.1.3. **Repertório**: apresentação de um conjunto de no máximo, 10 (dez) trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, para outros clientes, que não o Conselho Federal de Nutricionistas, com a indicação do veículo que as divulgou, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, onde se



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. As fitas de vídeo deverão ser fornecidas em VHS ou DVD e os spots ou jingles em CD.

11.2 No cálculo da alocação dos valores para a produção e veiculação da campanha de que trata a alínea "c" Idéia Criativa, do item 11.1.1, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), sendo R\$ 250.000,00 relativa à dotação orçamentária do exercício de 2006 e R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) relativa ao exercício de 2007, com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução referida na alínea "b" desta cláusula.

12. PROPOSTA DE PREÇO (Envelope nº 3)

12.1. A Proposta de Preço deverá ser apresentada em Planilha de Preços Sujeitos a Valoração a ser preenchida apenas com as informações constantes em modelo a ser anexado ao Edital de Licitação.

13. EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. A Comissão de Licitação examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente, aos requisitos de habilitação exigidos neste Projeto Básico, no Edital de Licitação e em seus Anexos.

14. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

14.1 As Propostas Técnicas das licitantes habilitadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e no Edital sendo desclassificadas aquelas que:

- a) não atenderem às exigências do presente Projeto Básico e do Edital;
- b) não alcançarem, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiverem nota zero em quaisquer dos quesitos determinados.

14.2. Serão levados em conta pela Comissão de Licitação, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta:

14.2.1. Plano de Comunicação;

14.2.1.1. **Raciocínio Básico** – a compreensão do papel do Conselho Federal de Nutricionistas junto ao público alvo.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

14.2.1.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária** – a adequação do conceito ao relacionamento do Conselho Federal de Nutricionistas com a população;

14.2.1.5. **Idéia Criativa** – a originalidade da combinação dos elementos que a compõem, sua simplicidade de forma, sua pertinência às ações desenvolvidas pelo Conselho Federal de Nutricionistas e a compatibilidade da linguagem das peças aos meios de divulgação propostos.

14.2.1.6. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** – a consistência do plano simulado de distribuição das peças publicitárias em relação aos hábitos de consumo de comunicação do público alvo a ser atingido e a economia da aplicação da verba de mídia concretizada no plano simulado.

14.2. Capacidade de Atendimento:

- a) o nível de qualificação e o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das instalações e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato;
- c) a adequação das qualificações dos profissionais a serem alocados aos serviços e as estratégias de comunicação propostas, considerado, nesse caso, também a quantificação dos mesmos;
- d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição do contratante, durante a vigência do contrato, sem ônus adicional.

14.3. Repertório:

- a) nível criativo do conjunto de trabalhos apresentados;
- b) qualidade de produção dos mesmos.

14.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de cem pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

- a) Plano de Comunicação – 30 pontos:
 - a1) Raciocínio Básico – 10 pontos;
 - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária – 15 pontos;



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

- a3) Idéia Criativa – 20 pontos;
- a4) Estratégia de Mídia – 10 pontos;
- b) Capacidade de Atendimento – 10 pontos;
- c) Repertório – 05 pontos.

14.4.1 A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão de Licitação.

14.4.2. A nota de cada licitante corresponderá ao somatório das notas dos quesitos.

14.4.3. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

14.4.4. Em caso de empate, o critério de desempate será a nota atribuída ao quesito contemplado no subitem 14.2.1.5 do item 14.2. Persistindo o empate, a decisão será tomada por sorteio em ato público, em data e local previamente divulgados pela Comissão de Licitação, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

15. VALORIZAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta que não atender às exigências deste Projeto Básico e do Edital, ou ainda:

15.2.1 apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;

15.2.2 apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos trabalhos realizados pela própria licitante.

15.2.3 apresentar percentual superior a 15% (quinze por cento) incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

15.2.4 apresentar percentual de honorários (desconto de Agência concedido pelo veículo), superior a 20% (vinte por cento) incidente sobre os custos de mídia.

15.3 A Comissão de Licitação atribuirá nota ao quesito custos internos, único a ser valorado, conforme o seguinte critério:

- Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: $N=0,05 \times \text{Desconto}$.

Observações:

$N = \text{NOTA}$

$\text{Desconto} = \% \text{ de desconto oferecido.}$

15.4. A Proposta de Preço que obtiver a nota mais alta, será considerada como a de menor preço.

15.5. A classificação das propostas será procedida da seguinte forma:

- a) As notas dos quesitos relativos à Proposta Técnica serão somadas à nota atribuída à Proposta de Preços;
- b) As licitantes serão classificadas a partir da maior pontuação, em ordem decrescente, classificando-se em primeiro lugar a que tiver obtido a maior pontuação e as demais sucessivamente.

15.6. Os honorários a que se referem os subitens 15.2.3 e 15.2.4 do item 15.2. serão aceitos apenas nos percentuais referidos e não serão objeto de valoração.

16. SOBRE OS PAGAMENTOS

16.1. O CFN pagará à Adjudicatária o valor equivalente aos serviços prestados, nos termos da Minuta de Contrato a ser anexada ao Edital e consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

17. DOS CUSTOS ESTIMADOS

17.1. O custo total dos serviços de que trata este Projeto Básico, incluindo a veiculação, é estimado em R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), sendo R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) relativos à dotação orçamentária do



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

exercício de 2006 e R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) relativos ao exercício de 2007.

18. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

18.1. Os recursos para custeio das despesas decorrentes da contratação que se seguir à licitação de que trata este Projeto Básico correrão à conta do Elemento de Despesa nº 3.1.32.43.04.

19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1. Não serão admitidos consórcios de empresas, devendo o objeto ser executado por uma única pessoa jurídica.

19.2. A vedação à participação de consórcios não exclui a possibilidade da terceirização de serviços, consoante as práticas do mercado de publicidade e propaganda.

19.2.1. Nos casos em que haja terceirização de serviços nos termos do item 19.2, a Adjudicatária permanecerá como a única e exclusiva responsável pela perfeita execução do objeto deste Projeto Básico.

20. NOMES E FUNÇÕES DOS RESPONSÁVEIS PELO PROJETO BÁSICO

RENATO SANTOS MARQUES
Coordenador da Comissão de Comunicação do CFN

MARIA DO SOCORRO AQUINO CUSTÓDIO
Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN

21. LOCAL E DATA

Brasília (DF), 14 de novembro de 2006.

RENATO SANTOS MARQUES
Coordenador da Comissão de Comunicação do CFN

MARIA DO SOCORRO AQUINO CUSTÓDIO
Coordenadora da Unidade de Imprensa e Comunicação do CFN



CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS

DESPACHO DA PRESIDENTE DO CFN

Nos termos e para os fins do art. 7º, § 2º, inciso I, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e alterações posteriores, APROVO o Projeto Básico de Licitação para a contratação da prestação dos serviços de publicidade para a realização da Campanha Nacional de Alimentação Saudável de que trata o Projeto Básico.

Autorizo a realização da licitação e ainda:

I) determino a realização da licitação na modalidade Tomada de Preços, tipo técnica e preço;

II) designo como Equipe de Apoio da Licitação os funcionários do CFN Samuel dos Santos, Simone Gomes de Sousa.

III) determino à Unidade Jurídica que providencie a elaboração do edital de licitação, na forma da legislação própria.

Brasília (DF), 14 de novembro de 2006.

CLEUSA MARIA DE ALMEIDA MENDES

Presidente