



## CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

### EDITAL DE LICITAÇÃO

O **CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ**, entidade de fiscalização do exercício profissional da medicina, instituída pela Lei nº 3.268/1957, com sede na Rua Victório Viezzer, nº 84, Bairro Vista Alegre CEP 80.810-340, Curitiba/PR, por intermédio de seu Presidente, Dr. EDUARDO BAPTISTELLA, médico regularmente inscrito no CRM-PR sob nº 20.011, torna público, para conhecimento das empresas interessadas, na forma da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, da Lei nº 14.133/2021, de 1º de abril de 2021, do Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e, tendo em vista o que consta do Processo SEI nº 26.14.000001750-4, a abertura de licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA, na forma presencial**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, destinada à contratação de 2 (duas) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

Na data, horário e endereço abaixo indicados, far-se-á a abertura da Sessão Pública da Concorrência.

**DATA:** 24/08/2026

**HORÁRIO DE BRASÍLIA:** 10h (Declarada a abertura da sessão, não mais serão admitidos novos proponentes)

**ENDEREÇO:** Rua dos Capuchinhos, nº 385, 2º andar, Plenária Wadir Rúpullo, Bairro Vista Alegre, CEP 80.810-140, Curitiba/PR

**OBSERVAÇÃO:** Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a abertura do certame na data marcada, a sessão será realizada no primeiro dia útil subsequente.

**INFORMAÇÕES, PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO, IMPUGNAÇÕES, RECURSOS, DEMAIS MANIFESTAÇÕES:** enviar à Comissão de Contratação no e-mail [comissao.contratacao@crmpr.org.br](mailto:comissao.contratacao@crmpr.org.br)



|                                                                                              |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO I - DO OBJETO .....</b>                                                          | <b>3</b>  |
| <b>CAPÍTULO II - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.....</b>                                      | <b>6</b>  |
| <b>CAPÍTULO III - DA SESSÃO PÚBLICA, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DA LICITAÇÃO .....</b> | <b>8</b>  |
| <b>CAPÍTULO IV - DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES .....</b>                               | <b>12</b> |
| <b>CAPÍTULO V – DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA .....</b>                                     | <b>13</b> |
| <b>CAPÍTULO VI – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....</b>                                | <b>15</b> |
| <b>CAPÍTULO VII - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS .....</b>                             | <b>28</b> |
| <b>CAPÍTULO VIII – DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS.....</b>                                 | <b>41</b> |
| <b>CAPÍTULO IX – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS .....</b>                             | <b>42</b> |
| <b>CAPÍTULO X - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....</b>                               | <b>44</b> |
| <b>CAPÍTULO XI - DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS .....</b>            | <b>45</b> |
| <b>CAPÍTULO XII – DA HABILITAÇÃO.....</b>                                                    | <b>45</b> |
| <b>CAPÍTULO XIII - DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA .....</b>                | <b>54</b> |
| <b>CAPÍTULO XIV – DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS .....</b>                              | <b>58</b> |
| <b>CAPÍTULO XV – DOS RECURSOS .....</b>                                                      | <b>58</b> |
| <b>CAPÍTULO XVI – DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO.....</b>                                    | <b>60</b> |
| <b>CAPÍTULO XVII – DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO .....</b>                                    | <b>67</b> |
| <b>CAPÍTULO XVIII – DA ASSINATURA DO CONTRATO .....</b>                                      | <b>68</b> |
| <b>CAPÍTULO XIX – DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES .....</b>                          | <b>69</b> |
| <b>CAPÍTULO XX - DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS .....</b>          | <b>70</b> |
| <b>CAPÍTULO XXI - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....</b>                                           | <b>71</b> |
| <b>CAPÍTULO XXII – DO FORO.....</b>                                                          | <b>74</b> |



## CAPÍTULO I - DO OBJETO

**1.1.** A presente licitação tem por objeto a **prestação de serviços de publicidade por intermédio de 2 (duas) agências de propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto aos públicos de interesse do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR), de acordo com os termos e especificações deste Edital e seus anexos.

**1.2.** Para efeitos de contratação de publicidade na administração pública, adotam-se os seguintes conceitos da Portaria nº 3.948, de 26 de novembro de 2021, da Secretaria de Comunicação da Presidência (SECOM/PR):

**1.2.1. publicidade:** forma não pessoal e indireta de divulgação de informações e de difusão de ideias, por meio de ações de comunicação de mídia e não-mídia, desenvolvidas e custeadas por anunciante, podendo ser classificada em:

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

**1.2.1.2. publicidade institucional:** destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

**1.2.1.3. publicidade mercadológica:** destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;

**1.2.1.4. publicidade legal:** destina-se à publicação de avisos, balanços, relatórios e de outras informações que os órgãos da administração pública federal estejam obrigados a divulgar por força de lei ou de regulamento.



**1.3. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:**

**1.3.1.** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre resultados de campanhas realizadas, relacionadas à execução dos contratos;

**1.3.2.** À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e “não mídia”, criados no âmbito dos contratos;

**1.3.3.** À criação, ao desenvolvimento e à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, entre as quais a internet e seus subprodutos, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

**1.3.4.** À criação, à produção de conteúdos, à execução técnica e ao monitoramento de ações, peças e campanhas de publicidade para canais digitais.

**1.3.4.1.** A criação, a produção de conteúdos e monitoramento de campanhas de publicidade em canais digitais previstas acima devem ser executadas em consonância com as diretrizes e orientações institucionais do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR), especialmente por intermédio de sua unidade de comunicação;

**1.3.4.2.** O monitoramento e a produção de relatórios terão as finalidades específicas de aferir a estratégia de publicidade em mídias digitais e de possibilitar a mensuração dos resultados das ações em mídias sociais realizadas em decorrência da execução do contrato, em todo o ambiente digital, além dos canais próprios do além dos canais próprios do CRM-PR.

**1.4.** A contratação dos serviços, elencados no item 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam posicionar institucionalmente o Conselho, disseminar iniciativas, normativas, serviços e campanhas de interesse público, ou informar e orientar o



público em geral.

**1.5.** O planejamento, previsto no item 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) e digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

**1.6.** As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos no item 1.3 terão a finalidade de:

**1.6.1.** gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná (CRM-PR), o público-alvo e os meios e veículos/plataformas de comunicação e divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as campanhas publicitárias;

**1.6.2.** aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

**1.6.3.** possibilitar o acompanhamento, a readequação de estratégias, a mensuração de desempenho e a avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedadas qualquer aplicação para fins eleitorais e a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

**1.7.** Os serviços previstos nos itens 1.1 e 1.3 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de pesquisa de opinião pública, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, ressalvadas as atividades de comunicação digital de natureza estritamente publicitária, vinculadas à execução de campanhas, nos termos da Lei nº 12.232/2010 e da regulamentação aplicável.

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

**1.8.** Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas.

**1.9.** A distribuição das demandas entre as agências contratadas observará o Manual de Procedimento de Seleção Interna, integrante deste Edital como Anexo V, não havendo exclusividade em favor de qualquer contratada em razão da ordem de



classificação obtida no certame, ressalvadas as hipóteses expressamente previstas no referido Manual.

**1.10.** O Termo de Referência integra este Edital como Anexo III, constituindo elemento vinculante para a execução contratual, especialmente quanto às especificações técnicas, operacionais e critérios de medição de desempenho.

## **CAPÍTULO II - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

**2.1.** Somente poderão participar desta Concorrência as agências de propaganda que satisfaçam as condições deste Edital e seus anexos.

**2.2.** Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que atendam ao disposto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010, especialmente quanto à exigência de certificação de qualificação técnica de funcionamento.

**2.2.1.** Para fins de comprovação desse requisito, as licitantes deverão possuir certificado de qualificação técnica expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como certificadora das condições técnicas de funcionamento das agências de propaganda.

**2.3.** Não poderão participar da presente licitação, direta ou indiretamente, isoladamente ou em consórcio, agências de propaganda que, por qualquer motivo:

**2.3.1.** tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública direta ou indireta federal, estadual, municipal ou distrital;

**2.3.2.** estejam impedidas de licitar e contratar com a União;

**2.3.3.** tenham sido punidas com a suspensão do direito de licitar ou contratar com o CRM-PR;

**2.3.4.** encontrem-se em processo de dissolução ou liquidação;

**2.3.5.** constituam sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse



econômico em comum;

**2.3.6.** em razão da prática de ato de improbidade administrativa, o sócio majoritário esteja proibido de contratar com o poder público, nos termos do art. 12 da Lei nº 8.429/92;

**2.3.7.** sejam estrangeiras que não funcionem no País;

**2.3.8.** tenham sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados que integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CRM-PR;

**2.3.9.** que atuem sem fins lucrativos.

**2.4.** A fim de verificar as condições de participação previstas neste Capítulo, a Comissão de Contratação realizará consulta nas seguintes bases de dados:

**2.4.1.** SICAF e Portal da Transparência do Governo Federal, bem como outras bases oficiais disponíveis, a fim de verificar a composição societária das empresas e certificar eventual participação indireta que ofenda o art. 14, IV, da Lei nº 14.133/2021;

**2.4.2.** Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Atos de Improbidade Administrativa, mantido pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), no endereço eletrônico: [www.cnj.jus.br/improbidade\\_adm/consultar\\_requerido.php](http://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/consultar_requerido.php);

**2.4.3.** Cadastro Nacional das Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no endereço <https://portaldatransparencia.gov.br/sancoes/consulta?cadastro=1&ordenarPor=nomeSancionado&direcao=asc>;

**2.4.4.** Consulta ao Sistema Inabilitados e Inidôneos, mantido pelo Tribunal de Contas da União (TCU), no endereço: <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br>.

**2.5.** Constatada a ocorrência objetiva de uma das hipóteses de impedimento de participação previstas neste Capítulo, a Comissão de Contratação relatará o fato e concederá à respectiva licitante a oportunidade de manifestação acerca da matéria e, eventualmente, a comprovação do afastamento dos efeitos da causa impeditiva de participação no certame, observados os princípios do formalismo moderado e da busca da verdade material.

**2.6.** É vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, qualquer que



seja sua forma de constituição, nos termos da justificativa técnica constante do Termo de Referência, item 9.6.6. e respectivos subitens.

**2.7.** Da mesma forma, é vedada a participação de sociedades cooperativas, conforme justificativa técnica constante do item 9.6.7. e respectivos subitens do Termo de Referência.

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

**2.9.** A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto neste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e seus anexos; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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

**2.11.** Aplicam-se à presente licitação as disposições constantes dos arts. 42 a 48 da Lei Complementar nº 123/2006.

### **CAPÍTULO III - DA SESSÃO PÚBLICA, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

**3.1.** A abertura da sessão pública desta Concorrência, conduzida pela Comissão de Contratação, ocorrerá na data, no horário e no endereço indicados no preâmbulo deste Edital.

**3.1.1.** Para fins de organização do procedimento licitatório, as licitantes deverão apresentar, na sessão pública inicial, suas propostas acondicionadas em 4 (quatro) invólucros distintos, assim identificados:

**3.1.1.1.** Invólucro nº 1: Plano de Comunicação Publicitária – Via Não



Identificada, contendo a proposta técnica desprovida de qualquer elemento que possibilite a identificação de sua autoria;

**3.1.1.2.** Invólucro nº 2: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, contendo a mesma proposta técnica do Invólucro nº 1, porém com a identificação da licitante, destinada à correlação de autoria após o julgamento técnico;

**3.1.1.3.** Invólucro nº 3: Documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

**3.1.1.4.** Invólucro nº 4: Proposta de Preços;

**3.1.1.5.** O Invólucro nº 5 – Documentos de Habilitação será apresentado apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, em sessão própria, após convocação da Comissão de Contratação, nos termos do Capítulo XII e do Capítulo XVI deste Edital.

**3.1.2.** O procedimento licitatório será realizado em sessões públicas distintas, observado o rito ordinário previsto no art. 11 da Lei nº 12.232/2010, tendo a seguinte sequência:

**3.1.2.1.** primeira sessão: credenciamento, recebimento dos invólucros nº 1 a nº 4, abertura dos invólucros nº 1 e nº 3, conferência de sua conformidade formal e posterior encaminhamento à Subcomissão Técnica para julgamento interno;

**3.1.2.2.** segunda sessão: divulgação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas, mediante abertura do invólucro nº 2 e identificação da autoria das propostas, com proclamação do resultado técnico;

**3.1.2.3.** terceira sessão: abertura dos invólucros nº 4 e análise da conformidade das Propostas de Preço;

**3.1.2.4.** quarta sessão: convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, recebimento e abertura dos invólucros nº 5, e análise da conformidade dos documentos de habilitação apresentados pelas licitantes convocadas.

**3.2.** Nos termos do § 2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021, a sessão pública será



registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.

**3.3.** Iniciada a sessão pública, será realizado o Credenciamento de que trata o Capítulo IV deste Edital.

**3.4.** Encerrada a fase de credenciamento, a Comissão de Contratação procederá ao recebimento das Propostas Técnicas e das Propostas de Preço, acondicionadas nos invólucros nº 1 a nº 4, conforme disposto nos Capítulos V e VIII deste Edital.

**3.4.1.** Encerrada a fase de recebimento dos invólucros nº 1 a nº 4, não será admitida a participação de novos proponentes.

**3.4.2.** Os documentos de habilitação serão exigidos apenas das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, em sessão própria, após convocação da Comissão de Contratação, nos termos do art. 11, § 4º, incisos XI e XII, da Lei nº 12.232/2010, do art. 67 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025 e do Capítulo XII deste Edital.

**3.5.** Após o recebimento dos invólucros, a Comissão de Contratação procederá à abertura dos invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), observadas as disposições do Capítulo V deste Edital, vedada qualquer análise de mérito, atribuição de pontuação ou manifestação de natureza técnica.

**3.6.** Concluído o procedimento previsto no item 3.5, a sessão pública será suspensa, com o devido registro em ata, e as Propostas Técnicas serão encaminhadas à Subcomissão Técnica, para análise em momentos distintos, assegurado o julgamento em separado dos invólucros nº 1 e nº 3, à luz do princípio do julgamento apócrifo, e nos termos dos Capítulos VI e VII deste Edital.

**3.7.** A sessão pública será retomada em data, horário e local previamente divulgados, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis, para divulgação e apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, compreendendo os invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

**3.8.** A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas observará os seguintes procedimentos:

**3.8.1.** abertura dos invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada);



- 3.8.2.** cotejo entre o conteúdo dos invólucros nº 1 e nº 2, para identificação da autoria das Propostas Técnicas;
- 3.8.3.** elaboração de planilha geral contendo as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de avaliação, incluindo as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica aos invólucros nº 1 e nº 3;
- 3.8.4.** proclamação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com registro em ata das propostas eventualmente desclassificadas e da ordem de classificação.
- 3.9.** Proclamado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, será publicado o respectivo resultado, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos deste Edital e do art. 11, §4º, inciso VIII, da Lei nº 12.232/2010.
- 3.10.** Decididos os recursos eventualmente interpostos, ou transcorrido o prazo recursal sem manifestação, a sessão pública será retomada para abertura do Invólucro nº 4 (Propostas de Preço) e análise de sua conformidade, nos termos do Capítulo X deste Edital.
- 3.10.1.** Proclamado o resultado do julgamento final das propostas, será publicado o respectivo resultado, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos deste Edital e do art. 11, §4º, inciso X, da Lei nº 12.232/2010.
- 3.11.** Encerrada a fase recursal relativa ao julgamento final das propostas, ou julgados os recursos eventualmente interpostos, a sessão pública será retomada em data, horário e local previamente divulgados, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis, para convocação das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, recebimento e abertura dos invólucros nº 5 – Documentos de Habilitação, procedendo-se à verificação de sua conformidade com as exigências editalícias.
- 3.12.** Concluída a análise dos documentos de habilitação, a Comissão de Contratação proclamará o resultado da fase de habilitação, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos do Capítulo XV deste Edital e do art. 11, §4º, inciso XIII, da Lei nº 12.232/2010.
- 3.13.** Decorrido o prazo recursal sem interposição de recursos, ou após o julgamento dos recursos eventualmente apresentados na fase de habilitação, o processo será



encaminhado para homologação e adjudicação do objeto, nos termos do Capítulo XVII deste Edital.

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

**3.15.** O detalhamento do recebimento e da abertura dos invólucros, bem como dos demais atos do procedimento licitatório, encontra-se disposto neste Edital, especialmente no Capítulo XVI (Dos Procedimentos da Licitação), observada a legislação aplicável.

**3.16.** A Comissão de Contratação poderá suspender a sessão pública para a realização de diligências ou para melhor análise dos documentos apresentados, designando nova data para sua continuidade, com a devida comunicação às licitantes.

#### **CAPÍTULO IV - DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

**4.1.** Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação, na sessão inicial, documento que o credencia, juntamente com seu documento oficial de identificação.

**4.1.1.** Os documentos de credenciamento, referidos neste Capítulo, deverão ser apresentados fora dos invólucros destinados às Propostas Técnica e de Preço, e comporão os autos do processo licitatório.

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

**4.1.3.** Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas



assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

**4.2.** A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de acompanhar os atos da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

**4.3.** A documentação apresentada na primeira sessão credencia o representante a participar das demais sessões.

**4.4.** Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

**4.5.** Caso a licitante não deseje fazer-se representar na sessão pública inicial, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço, em seus respectivos invólucros, por meio de portador, com procuração, que realizará a entrega diretamente à Comissão de Contratação, na data, horário e local indicados no preâmbulo deste Edital. Os Documentos de Habilitação somente serão apresentados pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas, após convocação específica da Comissão de Contratação, nos termos deste Edital.

**4.6.** O representante não credenciado ficará impedido de qualquer interferência no procedimento licitatório.

## **CAPÍTULO V – DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

**5.1.** A Proposta Técnica deverá ser feita com base no Briefing que acompanha este Edital como Anexo IV, e deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada nos invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### **INVÓLUCRO Nº1**

**5.1.1.** No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os itens 6.3 e 6.4 deste Edital.

**5.1.1.1.** Somente será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado em invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, o qual deverá ser solicitado formalmente pela licitante e retirado, exclusivamente, na sede do Conselho Regional de Medicina do Paraná, no Departamento Comercial,



no período compreendido entre 7 (sete) dias úteis anteriores e o último dia útil anterior à data de realização da sessão pública indicada no preâmbulo deste Edital, em dias úteis, no horário das 9h às 12h e das 14h às 17h.

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

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

### **INVÓLUCRO Nº 2**

**5.1.2.** No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o item 6.5 deste Edital.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Razão social e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2026 – CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO PARANÁ (CRM-PR)

**5.1.2.2.** O invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante, podendo consistir em embalagem personalizada quanto ao seu leiaute, adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

### **INVÓLUCRO Nº 3**

**5.1.3.** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de



Comunicação, de que tratam os itens 6.6, 6.7 e 6.8 deste Edital.

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

Invólucro nº 3

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

Razão social e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2026 – CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO PARANÁ (CRM-PR)

**5.1.3.2.** O invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante, podendo consistir em embalagem personalizada quanto ao seu leiaute, adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## **CAPÍTULO VI – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

| <b>QUESITOS</b>                                 | <b>SUBQUESITOS</b>                        |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Plano de Comunicação Publicitária               | 1. Raciocínio Básico                      |
|                                                 | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                                 | 3. Ideia Criativa                         |
|                                                 | 4. Estratégia de Mídia e “Não Mídia”      |
| Capacidade de Atendimento                       |                                           |
| Repertório                                      |                                           |
| Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |                                           |

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

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

**6.3.1.** em caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à



esquerda;

**6.3.2.** capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;

**6.3.3.** conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto no item 6.3.12. deste Edital;

**6.3.4.** espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

**6.3.5.** títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

**6.3.6.** espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

**6.3.7.** alinhamento justificado do texto;

**6.3.8.** texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 6.3.11, 6.3.12 e 6.3.13 deste Edital, permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

**6.3.9.** numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior, centralizado na folha;

**6.3.10.** sem identificação da licitante;

**6.3.11.** As especificações do item 6.3 não se aplicam às peças de que trata o subitem 6.4.3.3 e à indicação prevista no subitem 6.4.3.2.c.10 deste Edital;

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

**6.3.12.1.** poderão ser editados em cores;

**6.3.12.2.** os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 8 e 12 pontos;

**6.3.12.3.** as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

**6.3.12.4.** apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 6.3.16, cada folha de papel A3 será computada



como 02 (duas) páginas de papel A4;

**6.3.12.5.** impressas na orientação paisagem.

**6.3.13.** Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

**6.3.13.1.** ser editados em cores;

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

**6.3.13.3.** ter qualquer tipo de formatação de margem;

**6.3.13.4.** ser apresentados em papel A3 dobrado.

**6.3.13.5.** as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas ou planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

**6.3.14.** Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata o subitem 6.3.1 deste Edital.

**6.3.14.1.** Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante observar, especialmente, as disposições deste Edital relativas à integridade física do invólucro e à vedação de deformações ou elementos que possam possibilitar a identificação da autoria da proposta, em especial o disposto nos subitens 5.1.1.2 e 16.2.4.1.

**6.3.15.** O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**6.3.16.** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista no subitem 2 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

**6.3.17.** Os textos da Estratégia de Mídia e 'Não Mídia' não possuem limitação quanto ao número de páginas, devendo, contudo, observar as disposições deste Edital relativas à adequada acomodação no Invólucro nº 1 e à



preservação do anonimato da proposta, especialmente quanto à vedação de deformações ou elementos identificadores.

**6.3.18.** Para fins da licitação pretendida, consideram-se como 'não mídia' os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

**6.3.19.** Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 6.3.16 e devem seguir as especificações do item 6.3, no que couber.

**6.4.** A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing que acompanha este Edital como Anexo IV na forma de Anexo, observadas as seguintes orientações:

**6.4.1.** Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

**6.4.1.1.** análise das características e especificidades do CRM-PR e do seu papel no contexto no qual se insere;

**6.4.1.2.** diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

**6.4.1.3.** compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

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

**6.4.2.1.** explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

**6.4.2.2.** proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, plataformas, instrumentos, formatos e ferramentas de comunicação utilizar.

**6.4.3.** Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha



publicitária, contemplando os conteúdos que seguem abaixo:

**6.4.3.1.** A Ideia Criativa poderá contemplar conteúdos audiovisuais seriados, formatos verticais, micro narrativas digitais, estratégias multiplataforma e demais soluções compatíveis com ambientes digitais e com os objetivos de circulação, compartilhamento e engajamento previstos no *Briefing*.

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

**6.4.3.3.** exemplos das peças, constantes da relação prevista no subitem anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas:

- a) A descrição mencionada no subitem 2 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.
- b) Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido na alínea “c” do subitem 6.4.3.2, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada no subitem 6.4.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.
- c) Os exemplos de peças publicitárias de que trata o subitem 6.4.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

**c.1.** roteiro, ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

**c.2.** ‘monstro’ ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

**c.3.** *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

**c.4.** ‘boneca’ ou leiaute montado dos materiais de ‘não mídia’.

**c.5.** As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real,



ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 6.3.14. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

**c.6.** Na elaboração de 'monstro' ou leiaute eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

**c.7.** Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

**c.8.** O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, compatível com sistema operacional *Windows*, que contenha exclusivamente os arquivos correspondentes às peças apresentadas e esteja em pleno funcionamento, sob responsabilidade da licitante, observado o disposto no subitem 6.9 deste Edital.

**c.9.** No pen drive não poderá constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, admitindo-se apenas a identificação do fabricante do dispositivo.

**c.10.** Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

**c.11.** Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista no subitem 6.4.3.1 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

d) Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite previsto na alínea 'c' do



subitem 6.4.3.2, devem ser observadas as seguintes regras:

- d.1.** as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- d.2.** cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- d.3.** uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para *tablets*, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger* e similares), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d.4.** um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- d.5.** um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- d.6.** um banner e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.
- d.7.** Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à subalínea “d.4” não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

**6.4.4.** Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e “Não Mídia” - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e “não mídia” recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e/ou planilhas, contemplando:

**6.4.4.1.** estratégia de mídia e “não mídia”: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do CRM-PR a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

- A Estratégia de Mídia e “Não Mídia” deverá demonstrar aderência aos objetivos de sensibilização, mobilização social, circulação digital e engajamento previstos no Briefing, com



priorização técnica compatível com os atuais hábitos de consumo de mídia e informação dos públicos-alvo.

**6.4.4.2.** tática de mídia: detalhamento da estratégia proposta, com apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos meios, veículos, plataformas digitais, formatos, dinâmicas de distribuição, impulsionamento, segmentação e investimentos previstos para alcance dos objetivos da campanha;

**6.4.4.3.** plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.), métricas de engajamento, alcance, visualização, retenção, compartilhamento, conversão ou outras compatíveis com a estratégia proposta.

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

**6.4.4.4.** simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

**6.4.4.5.** Na estratégia de “não mídia” deverão ser apresentadas as iniciativas publicitárias que não envolvam a aquisição de espaços e tempos publicitários, tais como o uso de canais proprietários do CRM-PR, a divulgação de conteúdos publicitários em suas plataformas e redes (sociais, vídeo, áudio etc.), em formato orgânico, entre outros a critério da licitante, inclusive mediante mecanismos de aprofundamento, interação, compartilhamento ou continuidade da experiência comunicacional em ambiente digital.

**6.4.4.6.** Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista no item 6.4.3.2, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e “Não Mídia” proposta.



**6.4.4.7.** O plano de mídia e “não mídia” e/ou formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/ plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), métricas de performance digital, engajamento e repercussão social, de acordo com o disposto nas alíneas ‘j’ e ‘k’ abaixo;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;
- g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de ‘não mídia’;
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de ‘não mídia’;
- i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de ‘não mídia’;
- j) No caso de soluções via plataformas de comunicação e divulgação, deverão ser considerados os valores de tabela cheia dos fornecedores que operam com tabela e/ou os valores resultantes das simulações feitas nessas plataformas de comunicação e



divulgação, conforme os parâmetros, objetivos e formatos de compra definidos na estratégia de mídia proposta pela licitante.

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

**6.4.4.8. Nessa simulação:**

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores;
- d) Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea “a” do subitem 6.4.4.8 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

**6.5.** O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

**6.5.1.** ter a identificação da licitante;

**6.5.2.** ser datado;

**6.5.3.** estar assinado na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

**6.6.** Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as



informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4 ou A3 dobrado, com páginas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, assinado na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**6.6.1.** O caderno específico mencionado no item precedente não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**6.6.2.** A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

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

**6.6.2.2.** quantificação e qualificação dos profissionais que poderão ser disponibilizados para a execução do contrato, mediante apresentação de currículo resumido contendo, no mínimo: nome completo e nome profissional/comercial, em destaque; formação acadêmica, acompanhada dos respectivos diplomas; síntese da experiência profissional; principais clientes e contas atendidas ao longo da trajetória profissional individual, especialmente quando estiverem indicados em funções de direção ou gerência; bem como a indicação das respectivas áreas de atuação no âmbito da agência;

**6.6.2.3.** infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do CRM-PR para a execução do contrato;

**6.6.2.4.** sistemática operacional de atendimento na execução do contrato.

**6.7.** Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação



retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4 ou A3 dobrado, com páginas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, assinado na última página por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**6.7.1.** Os documentos, as informações e as peças mencionadas no item precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

**6.7.2.1.** A licitante deverá apresentar 5 (cinco) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

- a) As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas nos últimos 5 (cinco) anos antes da data agendada para a primeira sessão pública.
- b) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, compatível com sistema operacional Windows, que contenha exclusivamente os arquivos correspondentes às peças apresentadas e esteja em pleno funcionamento, devendo ser acondicionado no respectivo invólucro, sob responsabilidade da licitante, observado o disposto no subitem 6.9 deste Edital.
- c) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 6.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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



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

**6.8.1.** Os documentos, informações e peças mencionadas no item precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

**6.8.2.** A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

**6.8.2.1.** deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

**6.8.2.2.** deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

**6.8.2.3.** deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

**6.8.2.4.** A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de páginas de que trata o subitem 6.8.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

**6.8.2.5.** As ações dos Relatos de que trata o subitem 6.8.2 devem ter sido implementadas nos últimos 5 (cinco) anos antes da data agendada para a primeira sessão pública.

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

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pen drive*,



compatível com sistema operacional *Windows*, que contenha exclusivamente os arquivos correspondentes às peças apresentadas e esteja em pleno funcionamento, devendo ser acondicionado no respectivo invólucro, sob responsabilidade da licitante, observado o disposto no subitem 6.9 deste Edital;

- b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no item 6.8, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;
- c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.
- d) A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 6.8.2.6, deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 6.8.2 para descrição do Relato.

**6.9.** A licitante é integralmente responsável pelo correto funcionamento da mídia digital apresentada, não sendo admitida a sua substituição ou complementação posterior em razão de falhas de leitura, incompatibilidade, ausência de arquivos ou qualquer outro vício que impeça ou dificulte o acesso ao seu conteúdo.

**6.10.** Aplicam-se às mídias digitais apresentadas no âmbito deste Capítulo as disposições do subitem 6.9 deste Edital.

## **CAPÍTULO VII - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

**7.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições estabelecidas no Capítulo XIII deste Edital.

**7.3.** A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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



subquesto, cuja análise deverá ser individualizada e devidamente justificada.

#### **7.4.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

##### **7.4.1.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico**

- a) a acuidade demonstrada na análise das características, especificidades e responsabilidades institucionais do CRM-PR, especialmente quanto à sua inserção em ambiente regulado, à natureza técnica de sua atuação e às particularidades da comunicação voltada à área da saúde e ao interesse público;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a precisão demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CRM-PR e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

##### **7.4.1.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CRM-PR, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação, considerados os aspectos éticos, institucionais, regulatórios e reputacionais inerentes à comunicação na área da saúde;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CRM-PR com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, especialmente quanto à capacidade de integração entre canais, aderência aos hábitos contemporâneos de consumo de comunicação, potencial de circulação da mensagem, capacidade de mobilização dos públicos e coerência entre linguagem, formatos e meios utilizados;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CRM-PR, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, a verba disponível e os comportamentos contemporâneos de consumo, interação e compartilhamento de conteúdos pelos públicos-alvo;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

##### **7.4.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa**

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CRM-PR, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, especialmente quanto à capacidade de tratar temas



relacionados à saúde, orientação social e valorização institucional com clareza, responsabilidade e aderência ao interesse público;

- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa, sua capacidade de desdobramento em diferentes formatos e meios, o potencial de engajamento e compartilhamento espontâneo, bem como a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens, a adequação da linguagem aos públicos-alvo e aos meios propostos, bem como a capacidade da campanha de estabelecer conexão, interação e continuidade comunicacional com os diferentes segmentos de público;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

**7.4.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e 'Não Mídia'**

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e 'Não Mídia' com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento demonstrado acerca dos hábitos contemporâneos de consumo de comunicação, informação, interação e compartilhamento dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso integrado dos recursos próprios de comunicação do CRM-PR, especialmente quanto à sua capacidade de amplificação, circulação orgânica, aprofundamento da experiência comunicacional e alinhamento com a Estratégia de Mídia e "Não Mídia" proposta;
- e) o grau de eficiência, racionalidade estratégica e economicidade na utilização da verba referencial para investimento, considerados o potencial de alcance, segmentação, engajamento, repercussão e frequência das ações propostas.

**7.4.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

- a) o porte, a relevância institucional e a diversidade dos clientes atendidos pela licitante, especialmente em segmentos regulados, entidades de classe, conselhos profissionais, instituições públicas ou organizações com necessidades complexas de comunicação institucional;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias, especialmente em soluções integradas, estratégias



multiplataforma, mídia digital, produção audiovisual e comunicação orientada a dados e desempenho, bem como a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CRM-PR;

- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CRM-PR na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CRM-PR e a licitante, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, métricas de desempenho, monitoramento de engajamento, inteligência de dados, soluções baseadas em inteligência artificial, ferramentas analíticas e demais recursos tecnológicos orientados à mensuração, otimização e aperfeiçoamento contínuo das ações de comunicação publicitária que a licitante colocará à disposição do CRM-PR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### **7.4.3. Quesito 3 – Repertório**

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

#### **7.4.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu efetivamente para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente, inclusive quanto à capacidade de alcance, mobilização, engajamento, repercussão ou interação com os públicos envolvidos;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato, especialmente em contextos institucionais, regulados, técnicos ou sensíveis do ponto de vista reputacional, bem como a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

**7.5.1.** Além de examinar o atendimento pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as



propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

**7.5.1.1.** A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

**7.5.1.2.** As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

*Tabela 1 - Pontuação máxima dos quesitos e subquesitos da proposta técnica:*

| QUESITOS                                        |                                           | PONTUAÇÃO MÁXIMA |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------|
| Plano de Comunicação Publicitária               |                                           | 70               |
| SUBQUESITOS                                     | 1. Raciocínio Básico                      | 5                |
|                                                 | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | 25               |
|                                                 | 3. Ideia Criativa                         | 25               |
|                                                 | 4. Estratégia de Mídia e 'Não Mídia'      | 15               |
| Capacidade de Atendimento                       |                                           | 10               |
| Repertório                                      |                                           | 10               |
| Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |                                           | 10               |
| PONTUAÇÃO TOTAL                                 |                                           | 100              |

**7.5.2.1.** Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 6.7.2.1 e 6.8.2 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 7.5.2 deste documento.

**7.5.3.** A pontuação final de cada quesito ou subquesito deverá seguir as notas a seguir e corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 1 (uma) casa decimal.



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

Tabela 2 - Planilha de avaliação dos quesitos e subquesitos:

| Quesito                           | Subquesito                             | Pontuação Máxima | Critério Objetivo                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Pontos |
|-----------------------------------|----------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Plano de Comunicação Publicitária | Raciocínio Básico                      | 5                | a) a acuidade demonstrada na análise das características, especificidades e responsabilidades institucionais do CRM-PR, especialmente quanto à sua inserção em ambiente regulado, à natureza técnica de sua atuação e às particularidades da comunicação voltada à área da saúde e ao interesse público; | 1      |
|                                   |                                        |                  | b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas.                                                                                                                                                             | 2      |
|                                   |                                        |                  | c) a precisão demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CRM-PR e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no <i>Briefing</i> .                                                                                                                              | 2      |
|                                   | Estratégia de Comunicação Publicitária | 25               | a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do CRM-PR, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação, considerados os aspectos éticos, institucionais, regulatórios e reputacionais inerentes à comunicação na área da saúde;                                       | 3      |

Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse: <https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7>



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|  |  | b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2 |
|  |  | c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do CRM-PR com seus públicos;                                                                                                                                                                                                                                             | 3 |
|  |  | d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, especialmente quanto à capacidade de integração entre canais, aderência aos hábitos contemporâneos de consumo de comunicação, potencial de circulação da mensagem, capacidade de mobilização dos públicos e coerência entre linguagem, formatos e meios utilizados; | 7 |
|  |  | e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o CRM-PR, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, a verba disponível e os comportamentos contemporâneos de consumo, interação e compartilhamento de conteúdos pelos públicos-alvo;                                                                                        | 7 |
|  |  | f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.                                                                                                                                                                                                                                                     | 3 |

Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse: <https://sdocs.safeweb.com.br/portal/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7>



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|  |                |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |
|--|----------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|  | Ideia Criativa | 25 | a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;                                                                                                                                                                                                                                                              | 2 |
|  |                |    | b) a pertinência da solução criativa com a natureza do CRM-PR, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no <i>Briefing</i> , especialmente quanto à capacidade de tratar temas relacionados à saúde, orientação social e valorização institucional com clareza, responsabilidade e aderência ao interesse público; | 4 |
|  |                |    | c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;                                                                                                                                                                                                                                                         | 3 |
|  |                |    | d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;                                                                                                                                                                                                                                   | 2 |
|  |                |    | e) a originalidade da solução criativa, sua capacidade de desdobramento em diferentes formatos e meios, o potencial de engajamento e compartilhamento espontâneo, bem como a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;                                                                                                  | 7 |
|  |                |    | f) a clareza e precisão das mensagens, a adequação da linguagem aos públicos-alvo e aos meios propostos, bem como a capacidade da campanha de estabelecer conexão, interação e continuidade                                                                                                                                             | 5 |

https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7  
Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse:



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|  |                                   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |
|--|-----------------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|  |                                   |    | comunicacional com os diferentes segmentos de público;                                                                                                                                                                                                                               |   |
|  |                                   |    | g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.                                                                                                                                                                    | 2 |
|  | Estratégia de Mídia e 'Não Mídia' | 15 | a) a adequação da Estratégia de Mídia e 'Não Mídia' com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;                                                                  | 2 |
|  |                                   |    | b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;                                                                                                                                                                           | 3 |
|  |                                   |    | c) a consistência do conhecimento demonstrado acerca dos hábitos contemporâneos de consumo de comunicação, informação, interação e compartilhamento dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;                                                                         | 4 |
|  |                                   |    | d) a adequação da proposta no uso integrado dos recursos próprios de comunicação do CRM-PR, especialmente quanto à sua capacidade de amplificação, circulação orgânica, aprofundamento da experiência comunicacional e alinhamento com a Estratégia de Mídia e "Não Mídia" proposta; | 4 |

https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7  
Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse:



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                       |   |
|---------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | e) o grau de eficiência, racionalidade estratégica e economicidade na utilização da verba referencial para investimento, considerados o potencial de alcance, segmentação, engajamento, repercussão e frequência das ações propostas. | 2 |
| Capacidade de Atendimento | 10 | a) o porte, a relevância institucional e a diversidade dos clientes atendidos pela licitante, especialmente em segmentos regulados, entidades de classe, conselhos profissionais, instituições públicas ou organizações com necessidades complexas de comunicação institucional;                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                       | 1 |
|                           |    | b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias, especialmente em soluções integradas, estratégias multiplataforma, mídia digital, produção audiovisual e comunicação orientada a dados e desempenho, bem como a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CRM-PR; |                                                                                                                                                                                                                                       | 4 |
|                           |    | c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CRM-PR na execução do contrato;                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                       | 1 |

https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7  
Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse:



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |
|------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|            |    | d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CRM-PR e a licitante, incluindo sistematização de reuniões e prazos de realização e alteração de peças, fluxos de trabalho, além das demais questões que explicitam o funcionamento deste relacionamento, tais como o trato das informações e segurança;                                                                                                                                                 | 2 |
|            |    | e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, métricas de desempenho, monitoramento de engajamento, inteligência de dados, soluções baseadas em inteligência artificial, ferramentas analíticas e demais recursos tecnológicos orientados à mensuração, otimização e aperfeiçoamento contínuo das ações de comunicação publicitária que a licitante colocará à disposição do CRM-PR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. | 2 |
| Repertório | 10 | a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3 |
|            |    | b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 3 |

https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7  
Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse:



## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

|                                                |    |                                                                                                                                                                                                                                                          |   |
|------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                                                |    | c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.                                                                                                                                                                                       | 4 |
| Relatos de Solução de Problemas de Comunicação | 10 | a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;                                                                                                                                                 | 2 |
|                                                |    | b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu efetivamente para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente, inclusive quanto à capacidade de alcance, mobilização, engajamento, repercussão ou interação com os públicos envolvidos; | 4 |
|                                                |    | c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato, especialmente em contextos institucionais, regulados, técnicos ou sensíveis do ponto de vista reputacional, bem como a relevância dos resultados obtidos;                             | 3 |
|                                                |    | d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.                                                                                                                                                                                          | 1 |

**7.5.4.** Nos termos do art. 6º, VII, da Lei nº 12.232/2010, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

**7.5.4.1.** À luz do ainda art. 6º, agora § 1º, da Lei nº 12.232/2010, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores

https://sdocs.safeweb.com.br/porta/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7  
Este documento foi assinado digitalmente pelo(s) signatário(s) na lista de protocolo de assinatura(s). Para validar as assinaturas acesse:



das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

**7.5.5.** A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**7.6.** Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as duas maiores pontuações, observado o disposto no item 7.9 deste Edital.

**7.7.** Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos: (i) Plano de Comunicação Publicitária; (ii) Capacidade de Atendimento; (iii) Repertório; e (iv) Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

**7.8.** Persistindo o empate, a Comissão de Contratação procederá, na mesma sessão pública, à aplicação dos critérios de desempate previstos no art. 60 da Lei nº 14.133/2021.

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

**7.9.1.** apresentar qualquer informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

**7.9.2.** não alcançar, no total, 65 (sessenta e cinco) pontos;

**7.9.3.** obtiver pontuação 0 (zero) em qualquer dos 4 (quatro) quesitos da Proposta Técnica;

**7.9.4.** apresentar peça que não seja de sua autoria no quesito Repertório.

**7.10.** Ante a ocorrência da situação de que trata o subitem 7.9.1, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto



e inequívoco que constituiu a identificação.

**7.11.** Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no item 13.4 deste Edital.

## **CAPÍTULO VIII – DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**8.1.** A Proposta de Preços das licitantes deverá ser apresentada conforme o Modelo de Proposta de Preços constante do Anexo VI deste Edital e estar acondicionada no Invólucro nº 4, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

|                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Invólucro nº 4<br>Proposta de Preços<br>Razão social e CNPJ da licitante<br>Concorrência nº 001/2026 – CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO PARANÁ (CRM-PR) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**8.2.** O invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante, podendo consistir em embalagem personalizada quanto ao seu leiaute, adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

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

**8.2.2.** O conteúdo deve estar em língua portuguesa, sem rasuras, com o nome e endereço completos, telefone, CNPJ, banco, número da agência, conta corrente, o número da licitação, dia e hora de abertura, datada e assinada pelo responsável legal, e deverá conter, obrigatoriamente, sob pena de desclassificação:

**8.2.2.1.** Valores percentuais da proposta para cada um dos quesitos descritos no item 9.2, em algarismo arábico e por extenso, compreendendo todos os custos diretos e indiretos necessários à perfeita execução do contrato, inclusive seguros, tributos, encargos



sociais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e outros que venham a incidir.

## **CAPÍTULO IX – DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**9.1.** A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com o Modelo constante do Anexo deste Edital e apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com páginas numeradas sequencialmente, redigida de forma clara, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais por representante legal devidamente constituído, nos termos de seus atos constitutivos, com a respectiva identificação.

**9.1.1.** A Proposta de Preços deverá conter a identificação completa da licitante, incluindo razão social, CNPJ, endereço, contatos e dados bancários, bem como o número desta licitação.

**9.2.** Considerando que o critério de julgamento adotado é o de melhor técnica, a remuneração observará os parâmetros previamente definidos pela Administração, nos termos do art. 37 da Lei nº 14.133/2021, cabendo às licitantes apresentar proposta em estrita conformidade com tais condições, sob pena de desclassificação.

**9.3.** Os quesitos a serem valorados pelas licitantes, e analisados sob a perspectiva de conformidade, pela Comissão de Contratação, são aqueles previstos no modelo constante do Anexo deste Edital, ressalvado que, nos termos do art. 37 da Lei nº 14.133/2021, não serão aceitas propostas que apresentem valores ou percentuais em desconformidade com os limites máximos e mínimos estabelecidos neste Edital.

**9.4.** A Proposta de Preços deverá observar o Modelo de Proposta de Preços constante do Anexo VI deste Edital.

**9.4.1.** Para fins de apuração dos custos internos dos serviços executados pela agência, será utilizada como referência a Tabela SINAPRO/PR constante do Anexo VII deste Edital, sobre a qual incidirá o desconto ofertado pela licitante.

**9.5.** A Proposta de Preços deverá observar os seguintes limites de remuneração, para fins de verificação de conformidade e aceitabilidade:

**9.5.1.** O percentual de honorários incidentes sobre os serviços especializados prestados por fornecedores, compreendendo produção, execução técnica de peças e materiais, planejamento e execução de pesquisas e desenvolvimento



de soluções inovadoras de comunicação, não poderá ser superior a: 8% (oito por cento);

**9.5.2.** Nos casos de reimpressão de peças, reutilização de materiais publicitários, renovação de direitos autorais e pagamento de cachês, o percentual de honorários não poderá ser superior a: 2% (dois por cento);

**9.5.3.** Nos casos em que não houver remuneração por meio do desconto padrão de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, o percentual de honorários sobre a intermediação de mídia, inclusive a digital, não poderá ser superior a: 6% (seis por cento);

**9.5.4.** O percentual de desconto incidente sobre os custos internos da agência, calculados com base na tabela referencial vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO/PR, não poderá ser inferior a: 60% (sessenta por cento).

**9.6.** Os honorários previstos neste Capítulo serão calculados sobre os valores efetivamente faturados pelos fornecedores, excluídos os tributos cujo recolhimento seja de responsabilidade da contratada.

**9.7.** O CRM-PR poderá, durante a execução contratual, a qualquer tempo, realizar pesquisas de mercado com o objetivo de avaliar a vantajosidade das ações publicitárias executadas junto a fornecedores e veículos e, conforme o caso, promover a revisão dos percentuais de remuneração pactuados, mediante negociação com a contratada, devidamente justificada, sempre que identificada variação relevante nas referências de mercado, formalizando-se a alteração por meio de termo aditivo.

**9.8.** Os percentuais propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração durante a execução contratual sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

**9.9.** O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

**9.9.1.** Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação, nos termos do inciso II do art. 64 da Lei nº 14.133/2021, realizará diligência junto à



licitante para formalizar a prorrogação do referido prazo.

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

## **CAPÍTULO X - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

**10.1.** As Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão de Contratação quanto ao atendimento das disposições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**10.2.** A análise das Propostas de Preços terá caráter de verificação de conformidade, considerando os parâmetros de remuneração previamente definidos pela Administração, nos termos do art. 37 da Lei nº 14.133/2021.

**10.3.** Não serão aceitas propostas que apresentem percentuais de honorários ou condições de remuneração em desacordo com os limites máximos e mínimos estabelecidos nos subitens 9.4.1 a 9.4.4 deste Edital.

**10.4.** Será considerada apta a prosseguir no certame a licitante cuja Proposta de Preços esteja em conformidade com as disposições deste Edital.

**10.5.** A Comissão de Contratação poderá negociar condições mais vantajosas com as licitantes melhor classificadas, com vistas à padronização das Propostas de Preço a serem adotadas na futura execução contratual, observada, como parâmetro, a proposta mais vantajosa entre aquelas classificadas para contratação, de forma a assegurar uniformidade de preços e condições entre as futuras contratadas.

**10.6.** Na hipótese de identificação de percentuais que extrapolem os limites estabelecidos no item 9.4, a Comissão de Contratação deverá oportunizar à licitante a adequação de sua proposta, mediante negociação, para fins de enquadramento aos parâmetros fixados.

**10.7.** Caso sejam identificados erros, inconsistências ou omissões sanáveis na Proposta de Preços, será facultado à licitante promover os ajustes necessários, desde que não haja majoração dos percentuais originalmente apresentados, ressalvada a hipótese prevista no item 10.6.



**10.8. Será desclassificada a Proposta de Preços que:**

- 10.8.1.** apresentar vício insanável em relação às disposições deste Edital e seus anexos;
- 10.8.2.** permanecer em desconformidade com os limites estabelecidos no item 9.4, mesmo após a oportunidade de adequação prevista no item 10.6;
- 10.8.3.** apresentar condições que comprometam a exequibilidade contratual.

**CAPÍTULO XI - DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS**

**11.1.** O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto no art. 37 da Lei nº 14.133/2021 e em conformidade com as disposições deste Edital.

**CAPÍTULO XII – DA HABILITAÇÃO**

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

**12.1.1.** A análise dos documentos de habilitação ocorrerá em sessão pública posterior, após o julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços

**12.1.2.** A Comissão de Contratação poderá, nos termos do art. 64 da Lei nº 14.133/2021, promover diligências destinadas ao saneamento de falhas formais, inclusive para atualização de documentos cuja validade esteja expirada na data da sessão de habilitação, desde que se refiram a condição preexistente à data da sessão pública inicial, vedada a inclusão de documento novo que implique alteração substancial da proposta ou da habilitação.

**INVÓLUCRO Nº 5**



**12.1.3.** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5  
Documentos de Habilitação  
Razão social e CNPJ da licitante  
Concorrência nº 001/2026 – CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO PARANÁ (CRM-PR)

**12.1.4.** O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante convocada, podendo consistir em embalagem personalizada quanto ao seu leiaute, adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**12.1.5.** Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante, quando não se tratar de documento digital com verificação eletrônica, e ser apresentados na forma admitida neste Edital.

**12.1.5.1.** Os documentos de habilitação poderão ser apresentados:

- a) em via original; ou
- b) sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou
- c) em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou
- d) em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

**12.1.5.2.** A Comissão de Contratação poderá, a qualquer tempo, realizar consultas a sistemas oficiais para fins de verificação da autenticidade e validade dos documentos apresentados.

**12.1.5.3.** Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente,



na ordem em que figuram neste Capítulo.

**12.1.5.4.** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

**12.1.5.5.** O invólucro nº 5 (Documentos de Habilitação) deverá conter, sob pena de inabilitação, os documentos relativos à habilitação jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, qualificação técnica e qualificação econômico-financeira, conforme exigido neste Capítulo.

**12.1.6.** A licitante deverá apresentar a seguinte documentação comprobatória dos requisitos de habilitação:

**12.1.6.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- a) Documento de identificação dos responsáveis legais da licitante;
- b) Registro comercial, no caso de empresário individual;
- c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição ou designação de seus administradores, ou daqueles que detenham poderes para representar a empresa;
- d) Inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- e) Portaria ou decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.
- f) Os documentos referidos neste item deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades compatíveis com o objeto desta licitação.

**12.1.6.2. REGULARIDADE FISCAL E SOCIAL:**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou do



Distrito Federal;

- c) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes municipal;
- d) Prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS (CRF); e
- e) Prova de regularidade com a Fazenda Pública, mediante a apresentação exclusiva dos seguintes documentos:
  - e.1. Certidão Conjunta Negativa de Débitos (ou Certidão Positiva de Débitos com efeito de Negativa) relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, conjuntamente com a Secretaria da Receita Federal;
  - e.2. Certidão Negativa de Débitos com a Fazenda do Distrito Federal ou estadual, expedida pela Secretaria da Fazenda; e
  - e.3. Certidão Negativa de Débitos (ou Certidão Positiva de Débitos com efeito de Negativa) com a Fazenda municipal, expedida pela Secretaria da Fazenda.

**12.1.6.3. REGULARIDADE TRABALHISTA:**

- a) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), expedida pelo Tribunal Superior do Trabalho.

**12.1.6.4. APRESENTAR AINDA AS SEGUINTE DECLARAÇÕES:**

- a) Declaração da licitante de que não possui em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo constante do Anexo;
- b) Declaração, sob as penas da lei, de que a licitante não se encontra em qualquer situação prevista no item 2.3 deste Edital, conforme modelo constante do Anexo;
- c) Declaração de Proposta Independente (DPI), conforme modelo constante do Anexo, como boa prática de combate a qualquer formato de conluio, à luz do Guia de Combate a Cartéis em Licitação, elaborado



pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

d) Declaração de Inexistência de Agente Público do CRM-PR nos Quadros da Empresa, conforme modelo constante do Anexo; e

e) Declaração de inexistência de fato impeditivo, conforme modelo constante do Anexo.

**12.1.6.5. CAPACIDADE TÉCNICA:**

a) Atestado(s) de capacidade técnica, emitido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) que a licitante prestou, a contento, serviços de publicidade compatíveis com o objeto desta Concorrência, compreendidos como aqueles relativos ao planejamento, criação, produção, execução e gestão de ações e campanhas publicitárias, executados nos últimos 36 (trinta e seis) meses anteriores à data de apresentação das propostas.

a.1. Para fins de aferição da capacidade operacional e da aptidão para execução continuada do objeto, os atestados deverão evidenciar a execução de serviços por período mínimo de 12 (doze) meses, consecutivos ou não, admitido o somatório de documentos distintos exclusivamente para essa finalidade.

a.2. Para fins de comprovação da similaridade prevista na alínea “a”, consideram-se compatíveis com o objeto desta contratação os serviços de publicidade que envolvam, de forma integrada, as seguintes atividades: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

a.3. Considerando a natureza integrada dos serviços publicitários, os atestados deverão demonstrar a execução conjunta das atividades descritas no subtópico “a.2” no âmbito de uma mesma ação ou campanha publicitária, não sendo admitido o somatório de atestados para fins de comprovação isolada dessas atividades, tampouco a apresentação de atestados que evidenciem sua execução de forma fragmentada em campanhas ou ações distintas.



a.4. A vedação prevista na alínea “a.3” justifica-se porque os serviços de publicidade constituem objeto plúrimo, técnico, intelectual, criativo e integrado, cuja execução adequada pressupõe a articulação conjunta entre diagnóstico, planejamento, concepção estratégica, criação, produção, intermediação, veiculação e avaliação da solução publicitária. A comprovação fragmentada, por meio de atestados relativos a ações ou campanhas distintas, não demonstra, de forma suficiente, a capacidade da licitante de conduzir o ciclo publicitário completo de maneira unitária, coordenada e coerente, conforme exigido pela natureza do objeto definido no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

a.5. A exigência de recorte temporal recente justifica-se pela natureza dinâmica do setor de comunicação e publicidade, caracterizado por constante evolução tecnológica, de mídias e de estratégias de comunicação, sendo necessário assegurar que a licitante detenha experiência atualizada e aderente às práticas contemporâneas do mercado.

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

b.1. O certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b.2. O documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação.

#### **12.1.7. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

a) Certidão Negativa de Falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

b) Balanço patrimonial do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da lei ou de regulamentação da Receita Federal



do Brasil em caso de escrituração contábil digital, extraído do Livro Diário, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove:

b.1. Que a licitante possui Patrimônio Líquido igual ou superior a 5% (cinco por cento) do valor estimado da contratação, conforme facultado pelo art. 69, § 4º, da Lei nº 14.133/2021, ou alternativamente:

b.2. Que a licitante possui todos os seguintes índices contábeis maiores que 1 (um):

LIQUIDEZ CORRENTE (LC):

- $LC = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante} \geq 1$

LIQUIDEZ GERAL (LG):

- $LG = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}) \geq 1$

SOLVÊNCIA GERAL (SG):

- $SG = \text{Ativo Total} / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}) \geq 1$

**12.2.** A licitante se responsabiliza pela veracidade e autenticidade dos documentos por ela encaminhados.

**12.2.1.** Havendo dúvida razoável quanto à autenticidade ou em razão de outro motivo devidamente justificado, a Comissão de Contratação, a qualquer momento, poderá solicitar à licitante a apresentação, em original ou por cópia autenticada, dos documentos constantes do Invólucro nº 5.

**12.2.1.1.** Os originais ou cópias autenticadas, caso sejam solicitados, deverão ser apresentados durante a sessão pública ou encaminhados ao CRM-PR no prazo e forma estipulados pela Comissão de Contratação.

**12.3.** Poderá ser admitida, mediante decisão fundamentada da Comissão de Contratação, a complementação de documentos de habilitação já apresentados ou a apresentação de documentos destinados a esclarecer ou confirmar informações constantes da documentação originalmente apresentada.

**12.3.1.** Para fins do disposto no item 12.3, admite-se, dentre outras hipóteses:

**12.3.1.1.** a atualização de documentos cuja validade tenha expirado



após a data de apresentação;

**12.3.1.2.** a complementação de informações constantes de documentos já apresentados;

**12.3.1.3.** a apresentação de documentos de natureza declaratória ou de fé pública.

**12.4.** Para fins de confirmação, esclarecimento ou saneamento da documentação de habilitação, a Comissão de Contratação poderá, a título de diligência, solicitar à licitante o envio de documentos ou informações complementares, por meio eletrônico ou outro meio idôneo que assegure a integridade e a rastreabilidade das informações.

**12.4.1.** A Comissão de Contratação fixará prazo razoável e proporcional para atendimento da diligência, podendo prorrogá-lo, de ofício ou mediante solicitação justificada da licitante.

**12.4.2.** O não atendimento à diligência no prazo estabelecido poderá ensejar a inabilitação da licitante.

**12.5.** Os documentos de habilitação deverão se referir à empresa licitante, salvo quando, comprovadamente, após a data de emissão dos respectivos documentos, tenha havido superveniente alteração contratual ou transferência de acervo técnico.

**12.5.1.** Em se tratando de filial, os documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal e trabalhista deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.

**12.5.2.** Os documentos relativos à habilitação técnica e econômico-financeira poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial.

**12.6.** Para fins de verificação das condições de habilitação, a Comissão de Contratação poderá, diretamente, realizar consulta em bases de dados e/ou em sítios oficiais de órgãos e entidades cujos atos gozem de presunção de veracidade e fé pública, constituindo as informações, os dados e/ou os documentos obtidos como meio legal de prova.

**12.7.** Será considerada válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contado da data de emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade expresse, salvo disposição legal específica em sentido diverso.



**12.8.** Na fase de habilitação, caso conste do SICAF a existência de “Ocorrências Impeditivas Indiretas” em relação às classificadas na fase de julgamento, com fundamento no art. 160 da Lei nº 14.133/2021, a Comissão de Contratação deverá promover diligências para o levantamento de conjunto de indícios no sentido de analisar a configuração da tentativa de fraude ou burla aos princípios estabelecidos no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 ou da configuração das hipóteses previstas no art. 5º, IV, “e”, e no art. 14 da Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção).

**12.9.** Constituem indícios para a configuração da tentativa de fraude ou burla a confusão societária e/ou o compartilhamento de estrutura humana e física entre as pessoas jurídicas envolvidas, em especial as seguintes características:

**12.9.1.** identidade dos sócios;

**12.9.2.** atuação no mesmo ramo de atividades;

**12.9.3.** data de constituição da nova empresa posterior à data de aplicação da sanção de suspensão/impedimento ou declaração de inidoneidade;

**12.9.4.** compartilhamento ou transferência da mesma estrutura física, técnica e/ou de recursos humanos;

**12.9.5.** identidade (ou proximidade) de endereço dos estabelecimentos;

**12.9.6.** identidade de telefones, e-mails e demais informações de contato.

**12.10.** Diante da presença de um conjunto convergente de indícios referidos no item anterior, a Comissão de Contratação registrará as ocorrências levantadas, poderá suspender o certame e oportunizar o exercício do contraditório e da ampla defesa, no prazo de 5 (cinco) dias, devendo a licitante apresentar todos os esclarecimentos e documentação tendentes a ilidir a suspeita da prática de comportamento ilícito.

**12.11.** Constatada a tentativa de fraudar ou burlar os efeitos da sanção aplicada a outra empresa, com esteio no §1º do art. 14 c/c art. 160 da Lei nº 14.133/2021, a Comissão de Contratação, ao reconhecer a extensão dos efeitos das sanções à licitante que acarretem a impossibilidade de licitar e contratar com a Administração:

**12.11.1.** inabilitará a licitante por inaptidão jurídica para assumir obrigações com a Administração;

**12.11.2.** relatará o fato à autoridade superior para a instauração de procedimento administrativo específico objetivando a apuração exauriente



acerca dos fatos e a eventual responsabilização da licitante pela prática de comportamento inidôneo.

**12.12.** A licitante convocada deverá apresentar:

**12.12.1.** Declaração de Atendimento ao inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo constante do Anexo IX deste Edital;

**12.12.2.** Declaração de Inexistência de Situação Impeditiva prevista no item 2.3 deste Edital, conforme modelo constante do Anexo X;

**12.12.3.** Declaração de Proposta Independente (DPI), conforme modelo constante do Anexo XI;

**12.12.4.** Declaração de Inexistência de Agente Público do CRM-PR nos Quadros da Empresa, conforme modelo constante do Anexo XII;

**12.12.5.** Declaração de inexistência de fato impeditivo, conforme modelo constante do Anexo XIII.

**12.13.** A Comissão de Contratação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes, após o julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observadas as condições de participação estabelecidas no Capítulo II, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Capítulo.

### **CAPÍTULO XIII - DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**13.1.** Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação, competindo à Subcomissão Técnica a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, observadas, no que couber, as diretrizes estabelecidas na Instrução Normativa SECOM nº 9/2025.

**13.1.1.** Os membros da Comissão de Contratação deverão firmar Termo de Responsabilidade, conforme modelo constante do Anexo XV deste Edital.

**13.1.2.** Os membros da Subcomissão Técnica deverão firmar Termo de Responsabilidade, conforme modelo constante do Anexo XVI deste Edital, antes do início dos trabalhos de análise e julgamento das Propostas Técnicas.

**13.2.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica



composta por 3 (três) membros, com formação ou experiência profissional nas áreas de Comunicação, Publicidade ou Marketing.

**13.2.1.** A qualificação poderá ser comprovada mediante:

**13.2.1.1.** diploma de graduação ou pós-graduação reconhecido pelo MEC, em Comunicação Social ou áreas correlatas; ou

**13.2.1.2.** experiência profissional comprovada, nos últimos 4 (quatro) anos, em atividades relacionadas à comunicação institucional, publicidade, produção de conteúdo, revisão textual, linguagem ou áreas afins, sendo exigido, no mínimo, 1 (um) ano de atuação contínua.

**13.2.2.** Consideram-se áreas correlatas, para os fins deste Edital e em consonância com a Portaria MCOM nº 3.948/2021, em especial o parágrafo único do art. 2º, aquelas que envolvam, direta ou indiretamente, atividades relacionadas ao campo da comunicação social, compreendido como o conjunto integrado de ações destinadas à produção, tratamento, revisão, organização, difusão e avaliação de conteúdos e informações de interesse público.

**13.2.2.1.** Incluem-se nesse conceito as atividades voltadas à promoção da transparência, à disseminação e ao esclarecimento de informações, bem como ao planejamento, desenvolvimento e execução de estratégias e produtos de comunicação institucional, publicitária ou informativa, em consonância com o princípio da publicidade e com o interesse público.

**13.2.2.2.** Para fins de aferição da compatibilidade, serão consideradas, ainda, as atividades que contribuam para a integração e a sinergia dos processos comunicacionais, abrangendo, entre outras, as funções de produção de conteúdo, linguagem, revisão textual, design, comunicação digital, assessoria, pesquisa e análise de informação, desde que relacionadas à comunicação de caráter institucional ou social.

**13.2.3.** São requisitos adicionais para integrar a Subcomissão Técnica, em consonância com o art. 41 da Instrução Normativa SECOM nº 9/2025:

**13.2.3.1.** ser servidor ou empregado público;

**13.2.3.2.** não possuir vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com licitante ou seus sócios ou dirigentes;



**13.2.3.3.** não possuir relação de parentesco, até o terceiro grau, com sócios ou dirigentes de licitantes;

**13.2.3.4.** não ter atuado de forma relevante em outras etapas deste processo licitatório.

**13.2.4.** O período de quatro anos, mencionado no item 13.2.1.2, terá como marco de contagem retroativa a constituição efetiva da Subcomissão Técnica.

**13.2.5.** Na composição da Subcomissão Técnica, será assegurada a participação de, no mínimo, 1 (um) integrante sem vínculo funcional ou contratual com o CRM-PR, selecionado mediante chamamento público.

**13.2.5.1.** A relação de profissionais elegíveis poderá ser formada mediante convite a interessados que atendam aos requisitos previstos nos itens 13.2 a 13.2.3, sem prejuízo da seleção por chamamento público, quando aplicável.

**13.2.6.** Os servidores ou empregados públicos sorteados para integrar a Subcomissão Técnica prestarão compromisso formal, antes de sua nomeação, atestando o atendimento às exigências previstas nos itens 13.2 a 13.2.3, devendo reportar à Comissão de Contratação eventual enquadramento superveniente.

**13.2.7.** A análise das propostas técnicas deverá ser realizada de forma individualizada pelos membros da Subcomissão Técnica.

**13.2.8.** As pontuações em cada quesito e subquesito atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica deverão ser acompanhadas de justificativa escrita.

**13.3.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o CRM-PR e 3 (três) sem vínculo com o CRM-PR, em conformidade com as diretrizes da Instrução Normativa SECOM nº 9/2025.

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



**13.3.1.1.** Para composição da relação prevista no subitem 13.3, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no item 13.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

**13.3.2.** A relação dos nomes referidos no item 13.3 será publicada no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**13.3.3.** O sorteio será realizado em sessão pública, conduzida pela Comissão de Contratação, garantindo-se transparência, publicidade e possibilidade de acompanhamento por qualquer interessado.

**13.3.3.1.** A metodologia do sorteio assegurará: a aleatoriedade na escolha dos membros; a observância da proporcionalidade entre integrantes com e sem vínculo com o CRM-PR; e o registro em ata e gravação do procedimento.

**13.3.3.2.** A ordem de suplência será definida no próprio sorteio e constará da ata da sessão.

**13.3.4.** Qualquer interessado poderá impugnar, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão de sorteio, nomes constantes da relação prevista no item 13.3, mediante justificativa fundamentada.

**13.3.5.** Admitida a impugnação, o impugnado poderá declarar-se impedido ou suspeito, ou será afastado mediante decisão fundamentada da autoridade competente, com eventual recomposição da lista, se necessário.

**13.3.5.1.** Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 13.3 e 13.3.1 deste Edital.

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

**13.3.5.3.** A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.



**13.4.** A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos dos princípios previstos no art. 11 da Lei nº 14.133/2021.

**13.4.1.** Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta Concorrência, observados os respectivos modelos constantes dos Anexos.

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

## **CAPÍTULO XIV – DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

**14.1.** Todas as decisões referentes a esta Concorrência serão divulgadas no Diário Oficial da União e no Portal da Transparência do CRM-PR.

**14.2.** Além da publicação oficial nos meios referidos no item 14.1, a comunicação formal da Comissão de Contratação com as licitantes dar-se-á pelos seguintes meios:

**14.2.1.** presencialmente, nas sessões públicas;

**14.2.2.** por e-mail, devidamente acostado aos autos do processo licitatório;

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

## **CAPÍTULO XV – DOS RECURSOS**

**15.1.** Observada a combinação do inciso I e do §2º do art. 165 da Lei nº 14.133/2021, dos atos praticados no âmbito desta Concorrência caberá recurso administrativo, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de publicação do respectivo resultado



no Diário Oficial da União.

**15.1.1.** Em interpretação sistemática do rito ordinário previsto no art. 11, §4º, incisos VIII, X e XIII, da Lei nº 12.232/2010, caberá recurso nas seguintes fases do certame:

**15.1.1.1.** contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

**15.1.1.2.** contra o resultado do julgamento final das Propostas; e,

**15.1.1.3.** contra a decisão de habilitação ou inabilitação das licitantes.

**15.2.** O prazo para apresentação dos recursos encerrar-se-á às 23h59min do último dia útil do respectivo prazo recursal.

**15.3.** Os recursos deverão ser dirigidos à Comissão de Contratação e encaminhados por meio do endereço eletrônico indicado no preâmbulo deste Edital.

**15.4.** Interposto o recurso, as demais licitantes poderão apresentar contrarrazões no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de publicação, no Diário Oficial da União, do aviso de disponibilização do inteiro teor das peças recursais.

**15.4.1.** O prazo para apresentação das contrarrazões encerrar-se-á às 23h59min do último dia útil do respectivo prazo.

**15.5.** A Comissão de Contratação poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhar o recurso à autoridade competente, devidamente informado, para decisão final.

**15.6.** A autoridade competente deverá proferir decisão no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

**15.7.** Os recursos interpostos contra o julgamento das Propostas Técnicas, contra o julgamento final das Propostas e contra a habilitação ou inabilitação das licitantes terão efeito suspensivo.

**15.8.** Não serão conhecidos os recursos interpostos fora do prazo legal ou subscritos por representante sem poderes de representação.

**15.9.** Os documentos produzidos e apresentados durante a fase externa desta Concorrência serão disponibilizados no Portal da Transparência do CRM-PR apenas após a realização da segunda sessão pública, de forma a preservar o princípio do julgamento apócrifo e evitar a identificação prévia das licitantes perante a



Subcomissão Técnica, sem prejuízo da observância aos princípios da publicidade e da transparência.

**15.10.** Sem prejuízo do disposto no item anterior, eventual solicitação de acesso aos autos físicos desta Concorrência deverá ser encaminhada à Comissão de Contratação, por meio do endereço eletrônico constante do preâmbulo deste Edital, observado que, até a realização da segunda sessão pública, serão resguardados os documentos e informações cuja divulgação possa comprometer o princípio do julgamento apócrifo ou possibilitar a identificação prévia das licitantes perante a Subcomissão Técnica.

## **CAPÍTULO XVI – DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO**

**16.1.** Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação aplicável, das quais serão lavradas atas circunstanciadas, contendo o registro de todos os atos e ocorrências relevantes, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

**16.1.1.** A participação de representantes das licitantes dar-se-á mediante apresentação de documento hábil de credenciamento, nos termos do Capítulo IV deste Edital.

**16.1.2.** Os membros da Subcomissão Técnica não participarão das sessões públicas, atuando exclusivamente na análise e no julgamento das Propostas Técnicas, em ambiente reservado, de forma autônoma, sem subordinação à Comissão de Contratação quanto ao mérito das avaliações técnicas realizadas.

**16.1.2.1.** A atuação da Subcomissão Técnica restringe-se à atribuição de notas e à elaboração das respectivas justificativas, observados os critérios estabelecidos neste Edital, sendo vedada qualquer interferência externa, inclusive da Comissão de Contratação, no conteúdo técnico de suas avaliações.

**16.1.2.2.** Os atos praticados pela Subcomissão Técnica no julgamento das Propostas Técnicas não poderão ser supridos, alterados ou revistos pela Comissão de Contratação, limitando-se esta à verificação da regularidade formal do procedimento e à consolidação dos



resultados.

**16.1.3.** O julgamento das Propostas Técnicas, das Propostas de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação observarão rigorosamente os critérios estabelecidos neste Edital.

**16.1.4.** Qualquer tentativa de influenciar a atuação da Comissão de Contratação ou da Subcomissão Técnica implicará a desclassificação da licitante, sem prejuízo das sanções cabíveis.

**16.1.5.** Os documentos apresentados permanecerão disponíveis para exame durante as sessões, vedada sua retirada do recinto, assegurado o acesso aos autos na forma prevista neste Edital.

**16.1.6.** A Comissão de Contratação poderá, motivadamente, alterar datas, suspender ou reprogramar sessões, assegurada a devida publicidade.

### **PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA**

**16.2.** A primeira sessão pública terá por objeto o recebimento, conferência formal e organização dos invólucros apresentados pelas licitantes.

**16.2.1.** A sessão compreenderá:

**16.2.1.1.** abertura formal, com registro em ata de data, horário e local;

**16.2.1.2.** credenciamento dos representantes e coleta de assinaturas;

**16.2.1.3.** verificação do cumprimento das condições de participação, nos termos do Capítulo II deste Edital, com registro em ata de eventual descumprimento;

**16.2.1.4.** recebimento dos Invólucros nº 1 a nº 4;

**16.2.1.5.** conferência da integridade e identificação externa dos invólucros;

**16.2.1.6.** As atividades realizadas na primeira sessão possuem natureza estritamente formal e procedimental, não se realizando qualquer juízo de valor, análise técnica ou atribuição de pontuação sobre o conteúdo das propostas, cuja avaliação compete exclusivamente à Subcomissão Técnica, em momento posterior e em ambiente reservado.



**16.2.2. Quanto ao Invólucro nº 1 (Via Não Identificada):**

**16.2.2.1.** Será verificada a ausência de qualquer elemento identificador;

**16.2.2.2.** Constatada a presença de elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a licitante será desclassificada, por violação à preservação do julgamento apócrifo, nos termos do § 2º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010, por se tratar de vício que compromete a isonomia entre as licitantes e a lisura do julgamento técnico;

**16.2.2.3.** O Invólucro nº 1 somente será recebido se observar integralmente as exigências Editalícias quanto à ausência de identificação, à inexistência de sinais, marcas ou quaisquer elementos aptos a revelar a autoria, bem como à integridade física do acondicionamento;

**16.2.2.4.** Verificada, de plano, qualquer desconformidade que comprometa a preservação do julgamento apócrifo, o Invólucro nº 1 será retirado de circulação e retido pela Comissão de Contratação, para fins de registro e eventual instrução processual, ficando vedado o recebimento dos demais invólucros da mesma licitante, os quais, se já entregues, permanecerão retidos, lacrados e sob guarda da Comissão de Contratação, com preservação de sua integridade e rastreabilidade, até o encerramento do certame e dos prazos recursais;

**16.2.2.5.** Os invólucros regularmente recebidos permanecerão sob guarda da Comissão de Contratação, asseguradas sua integridade, inviolabilidade e rastreabilidade, até o encerramento do certame e dos prazos recursais.

**16.2.3. A Comissão:**

**16.2.3.1.** procederá à abertura dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação);

**16.2.3.2.** rubricará os conteúdos dos invólucros abertos;



**16.2.3.3.** disponibilizará os documentos para exame pelos presentes e aposição de rubricas, vedada sua retirada do recinto;

**16.2.4.** Os Invólucros nº 2 e nº 4:

**16.2.4.1.** permanecerão fechados;

**16.2.4.2.** serão rubricados no fecho;

**16.2.4.3.** ficarão sob guarda da Comissão;

**16.2.5.** Medidas de preservação do anonimato:

**16.2.5.1.** os invólucros nº 1 serão previamente misturados, de modo que não possam ser vinculados à ordem de sua entrega ou aos respectivos autores;

**16.2.5.2.** será vedada a realização de qualquer registro, anotação ou marca que possibilite a vinculação entre o conteúdo do Invólucro nº 1 e sua autoria;

**16.2.5.3.** a Comissão de Contratação não lançará qualquer código, sinal, numeração ou marca nos Invólucros nº 1 ou em seus conteúdos, excetuadas as rubricas indispensáveis à formalização dos atos praticados na sessão;

**16.2.5.4.** após a abertura dos Invólucros nº 1 e nº 3, não será admitida a desistência das propostas, salvo por motivo superveniente devidamente justificado e aceito pela Comissão de Contratação.

**16.2.6.** Encerrados os procedimentos da primeira sessão, a Comissão de Contratação adotará as providências necessárias ao encaminhamento, em procedimento interno, formalmente registrado e sob controle de integridade, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e, posteriormente, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) à Subcomissão Técnica, para análise e julgamento, nos termos deste Edital.

**16.2.6.1.** Caso alguma Proposta Técnica venha a ser desclassificada pela Subcomissão Técnica por inobservância das hipóteses previstas neste Edital, as respectivas planilhas de pontuação e justificativas permanecerão sob guarda da Comissão de Contratação até sua



divulgação na segunda sessão pública;

**16.2.6.2.** As planilhas elaboradas pela Subcomissão Técnica conterão, de forma individualizada, as pontuações atribuídas por cada membro aos quesitos e subquesitos avaliados, bem como planilha consolidada com o resultado do julgamento técnico.

## **SEGUNDA SESSÃO**

**16.3.** Após a conclusão dos trabalhos da Subcomissão Técnica e o recebimento, pela Comissão de Contratação, das atas de julgamento, planilhas de pontuação e demais documentos relativos às Propostas Técnicas, será convocada a segunda sessão pública.

**16.3.1.** A segunda sessão pública terá por finalidade a identificação das propostas técnicas, a divulgação do resultado do julgamento técnico realizado pela Subcomissão Técnica e a proclamação da classificação técnica das licitantes.

**16.3.2.** A sessão compreenderá:

**16.3.2.1.** registro da abertura da sessão e identificação dos participantes, com a coleta de assinaturas;

**16.3.2.2.** abertura dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada);

**16.3.2.3.** cotejo entre os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Via Não Identificada) e nº 2 (Via Identificada), com vistas à identificação da autoria das propostas técnicas, sem prejuízo da integridade do julgamento técnico previamente realizado pela Subcomissão Técnica de forma independente e às cegas;

**16.3.2.4.** leitura e divulgação da ata de julgamento das Propostas Técnicas elaborada pela Subcomissão Técnica;

**16.3.2.5.** divulgação das pontuações atribuídas às licitantes, por quesito e subquesito, acompanhadas das respectivas justificativas;

**16.3.2.6.** elaboração de planilha geral consolidada com as pontuações das Propostas Técnicas, por ordem de classificação;



**16.3.2.7. proclamação do resultado do julgamento das Propostas Técnicas.**

**16.3.3.** Proclamado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, será aberto o prazo recursal previsto no Capítulo XV deste Edital.

**16.3.4.** Os documentos constantes dos Invólucros nº 2 e nº 4 serão disponibilizados para exame pelos representantes das licitantes presentes, vedada sua retirada ou reprodução indevida.

**16.3.5.** A Comissão de Contratação registrará em ata todos os atos praticados, inclusive as manifestações de intenção de recorrer eventualmente apresentadas.

**16.3.6.** O resultado do julgamento das Propostas Técnicas será posteriormente publicado na forma prevista neste Edital, com a indicação da ordem de classificação das licitantes.

**TERCEIRA SESSÃO**

**16.4.** Decididos os recursos eventualmente interpostos contra o julgamento das Propostas Técnicas, ou transcorrido o prazo recursal sem manifestação, a Comissão de Contratação convocará as licitantes para a terceira sessão pública.

**16.4.1.** A terceira sessão terá por finalidade a abertura dos Invólucros nº 4 e o julgamento das Propostas de Preços.

**16.4.2.** A sessão compreenderá:

**16.4.2.1.** identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de assinaturas;

**16.4.2.2.** verificação da manutenção das condições de participação das licitantes classificadas, nos termos do Capítulo II deste Edital, com registro em ata de eventual descumprimento;

**16.4.2.3.** abertura dos Invólucros nº 4 (Proposta de Preços);

**16.4.2.4.** rubrica dos documentos;

**16.4.2.5.** análise de conformidade;

**16.4.2.6.** disponibilização para exame;

**16.4.2.7.** julgamento das propostas de preços;



**16.4.2.8.** elaboração da classificação final das propostas;

**16.4.2.9.** proclamação do resultado final das propostas.

**16.4.3.** Proclamado o resultado do julgamento final das propostas, será aberto o prazo recursal previsto no Capítulo XV deste Edital.

**16.4.4.** Encerrada a terceira sessão, será oportunizada às licitantes a manifestação de intenção de recorrer, relativamente aos atos praticados nesta fase, nos termos do Capítulo XV deste Edital.

**16.4.5.** A Comissão de Contratação registrará em ata todos os atos praticados, inclusive as manifestações de intenção de recorrer eventualmente apresentadas.

**16.4.6.** O resultado do julgamento final das Propostas será posteriormente publicado na forma prevista neste Edital, com a indicação da ordem de classificação das licitantes.

#### **QUARTA SESSÃO**

**16.5.** Decididos os recursos eventualmente interpostos contra o julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, ou transcorrido o prazo recursal sem manifestação, a Comissão de Contratação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para a quarta sessão pública.

**16.5.1.** A quarta sessão terá por finalidade o recebimento, a abertura, a análise e o julgamento dos Documentos de Habilitação das licitantes convocadas, bem como a proclamação do resultado da fase de habilitação e da classificação final do certame.

**16.5.2.** A sessão compreenderá:

**16.5.2.1.** identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de assinaturas;

**16.5.2.2.** verificação da manutenção das condições de participação das licitantes classificadas, nos termos do Capítulo II deste Edital, com registro em ata de eventual descumprimento;

**16.5.2.3.** recebimento e abertura dos Invólucros nº 5 (Documentos de Habilitação), apresentados pelas licitantes convocadas;

**16.5.2.4.** verificação da conformidade dos documentos apresentados



com as exigências estabelecidas no Capítulo XII deste Edital;

**16.5.2.5.** análise e julgamento da habilitação das licitantes;

**16.5.2.6.** os documentos integrantes dos Invólucros nº 5 serão colocados à disposição dos representantes das licitantes presentes para exame;

**16.5.2.7.** os documentos constantes dos Invólucros nº 5 serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes;

**16.5.2.8.** declaração das habilitadas e inhabilitadas, com a elaboração da classificação final do certame, considerada a habilitação das licitantes e a ordem previamente definida no julgamento das Propostas Técnicas e de Preços;

**16.5.2.9.** proclamação do resultado final do certame.

**16.6.** Proclamado o resultado, será aberto o prazo recursal previsto no Capítulo XV deste Edital.

**16.7.** A Comissão de Contratação registrará em ata todos os atos praticados, inclusive as manifestações de intenção de recorrer eventualmente apresentadas.

**16.8.** O resultado final do certame será posteriormente publicado na forma prevista neste Edital, com a indicação da ordem de classificação das licitantes.

**16.9.** Não havendo interposição de recursos, ou após o respectivo julgamento, o procedimento será encaminhado à autoridade competente para adjudicação e homologação.

## **CAPÍTULO XVII – DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

**17.1.** Encerrada a fase recursal, a autoridade competente adjudicará o objeto e homologará o certame, nos termos da legislação aplicável.

**17.2.** Serão vencedoras desta concorrência as **2 (duas) agências** licitantes que:

**17.2.1.** tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

**17.2.2.** tenham apresentado Propostas de preço em conformidade com o



disposto neste Edital; e

**17.2.3.** tenham sido habilitadas, observadas as disposições deste Edital.

**17.3.** A homologação desta Concorrência e a adjudicação de seu objeto compete à Autoridade Competente do CRM-PR.

## **CAPÍTULO XVIII – DA ASSINATURA DO CONTRATO**

**18.1.** Depois de homologado o resultado desta Concorrência, as licitantes vencedoras serão convocadas para assinar o contrato, conforme Minuta de constante do Anexo VIII deste Edital, dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis de sua convocação, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

**18.1.1.** O prazo de convocação de que trata o item 18.1 poderá ser prorrogado 1 (uma) vez, por igual período, mediante solicitação das licitantes vencedoras durante seu transcurso, devidamente justificada, e desde que o motivo apresentado seja aceito pela Administração.

**18.1.2.** Será permitida a assinatura eletrônica do contrato, mediante uso da certificação digital ICP Brasil, caso o representante legal da licitante a possua, no mesmo prazo indicado no item 18.1.

**18.1.3.** O CRM-PR poderá enviar o contrato para assinatura das licitantes, que deverão devolvê-lo assinado no prazo previsto no item 18.1.

**18.1.4.** Para fins de assinatura e execução do contrato, as licitantes vencedoras deverão prestar garantia contratual correspondente a 3% (três por cento) do valor inicial do respectivo contrato, nas condições estabelecidas na Minuta de Contrato, Anexo VIII deste Edital.

**18.1.5.** Caso alguma das licitantes vencedoras convocadas não realize a assinatura do contrato no prazo estabelecido no item 18.1, será facultado à Administração, por meio da Comissão de Contratação, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observando-se o disposto nos §§2º e 4º do art. 90 da Lei nº 14.133/2021.

**18.2.** Por ocasião da assinatura do contrato, verificar-se-á por meio do SICAF e de outros meios se as licitantes vencedoras mantêm as condições de habilitação e,



ainda, se atendem ao disposto no §4º do art. 91 da Lei nº 14.133/2021.

**18.2.1.** Nos termos do art. 6º-A da Lei nº 10.522/2002, a existência de registro positivo no CADIN (Cadastro Informativo dos Créditos Não Quitados de Órgãos e Entidades Federais) em nome das licitantes adjudicatárias constitui fator impeditivo para a sua contratação, observado o disposto no subitem 18.2.3.

**18.2.2.** Em atenção ao que determina o art. 6º da Lei nº 10.522/2002, anteriormente à celebração do contrato, o CRM-PR realizará consulta ao CADIN para verificar se as licitantes adjudicatárias possuem débitos ativos com a Administração Pública Federal.

**18.2.3.** Havendo registro positivo no CADIN, quando da convocação para assinatura do contrato, as licitantes vencedoras serão notificadas a promover e a comprovar a regularização da situação de inadimplência no prazo previsto no item 18.1, sob pena de decair seu direito à contratação do objeto.

**18.2.4.** O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério do CRM-PR, desde que haja solicitação das licitantes devidamente justificada e apresentada antes do transcurso do prazo informado no subitem 18.2.3.

**18.2.5.** Não havendo a comprovação de regularização da situação junto ao CADIN dentro do prazo, incluindo a eventual prorrogação de que trata o subitem 18.2.4, decairá para as licitantes vencedoras o direito à contratação do objeto da licitação, sendo facultado ao CRM-PR convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar o procedimento licitatório.

## **CAPÍTULO XIX – DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES**

**19.1.** A recusa injustificada dos adjudicatários em assinar o contrato no prazo estabelecido no subitem 18.1 caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e os sujeitará à multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor total do contrato, sem prejuízo das outras sanções previstas em lei e no instrumento convocatório.

**19.2.** As licitantes subsequentes, na hipótese de aceitarem a convocação prevista no



subitem 18.1.4, e, posteriormente, recusarem-se a assinar o contrato, ficarão também sujeitas às sanções referidas no item 19.1.

**19.3.** Caso a licitante e/ou contratada, por ação ou omissão, venha a praticar alguma das condutas infracionais previstas no art. 155 da Lei nº 14.133/2021, observado o devido processo administrativo sancionatório, ficará sujeita às sanções previstas no art. 156 da Lei nº 14.133/2021 e de acordo com o previsto no Termo de Referência.

**19.4.** Sem prejuízo das sanções previstas neste Edital e seus anexos, os atos lesivos à Administração Pública previstos no inciso IV, do art. 5º, da Lei nº 12.846/2013, sujeitarão os infratores às penalidades previstas na referida lei.

**19.5.** Em qualquer hipótese de aplicação de sanções administrativas assegurar-se-á o direito ao contraditório e à ampla defesa.

## **CAPÍTULO XX - DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS**

**20.1.** Até às 18h (horário de Brasília/DF) do terceiro dia útil anterior à data fixada para abertura da sessão pública, qualquer pessoa, física ou jurídica, poderá impugnar o ato convocatório desta Concorrência mediante petição a ser enviada exclusivamente para o endereço eletrônico constante do preâmbulo deste Edital.

**20.1.1.** Compete à Comissão de Contratação, auxiliada pelo setor técnico competente, decidir sobre a impugnação.

**20.1.1.1.** A impugnação não enseja efeito suspensivo automático, devendo a Administração respondê-la em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data prevista para a abertura do certame.

**20.2.** Acolhida a impugnação contra este Edital, será designada nova data para a realização do certame, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

**20.3.** Os pedidos de esclarecimentos deverão ser enviados à Comissão de Contratação até às 18h (horário de Brasília/DF) do terceiro dia útil anterior à data fixada para abertura da sessão pública, exclusivamente para o endereço eletrônico constante do preâmbulo deste Edital.



**20.3.1.** A Comissão de Contratação, auxiliada pelo setor técnico competente, prestará os esclarecimentos solicitados em até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data prevista para a abertura do certame.

**20.4.** As respostas às impugnações e aos esclarecimentos solicitados serão disponibilizadas no Portal da Transparência do CRM-PR, sem identificação da licitante consultante e de seu representante.

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

**20.5.** Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no preâmbulo do Edital.

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

## **CAPÍTULO XXI - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**21.1.** Integram este Edital os seguintes anexos:

**21.1.1.** ANEXO I – Informações Resumidas da Contratação;

**21.1.2.** ANEXO II – Estudo Técnico Preliminar

**21.1.3.** ANEXO III – Termo de Referência;

**21.1.4.** ANEXO IV – Briefing;

**21.1.5.** ANEXO V – Manual de Procedimento de Seleção Interna;

**21.1.6.** ANEXO VI – Modelo de Proposta de Preços;

**21.1.7.** ANEXO VII – Tabela SINAPRO/PR;

**21.1.8.** ANEXO VIII – Minuta de Contrato;



**21.1.9.** ANEXO IX – Modelo de Declaração de Atendimento ao inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

**21.1.10.** ANEXO X – Modelo de Declaração de Inexistência de Situação Impeditiva prevista no item 2.3 deste Edital;

**21.1.11.** ANEXO XI – Modelo de Declaração de Elaboração Independente de Proposta;

**21.1.12.** ANEXO XII – Modelo de Declaração de Inexistência de Agente Público do CRM-PR nos Quadros da Empresa;

**21.1.13.** ANEXO XIII – Modelo de Declaração de Inexistência de fato impeditivo;

**21.1.14.** ANEXO XIV – Termo de Compromisso de Manutenção de Sigilo;

**21.1.15.** ANEXO XV – Modelo de Termo de Responsabilidade da Comissão de Contratação; e

**21.1.16.** ANEXO XVI – Modelo de Termo de Responsabilidade da Subcomissão Técnica.

**21.2.** A apresentação de proposta implica plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

**21.3.** A interpretação das disposições deste Edital deverá ser realizada de modo a assegurar a observância dos princípios da legalidade, da isonomia, da competitividade e da seleção da proposta mais vantajosa, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

**21.4.** Este Edital será interpretado em conformidade com a Lei nº 14.133/2021, com a Lei nº 12.232/2010 e com a Instrução Normativa SECOM nº 9/2025, aplicando-se, de forma subsidiária e complementar, as demais normas pertinentes às contratações públicas.

**21.5.** É facultada à Comissão de Contratação, em qualquer fase da Concorrência, promover diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo desta licitação, constituindo meio legal de prova os documentos obtidos.

**21.6.** As licitantes deverão observar, no âmbito do presente certame, os princípios da ética, da integridade e da boa-fé, sendo vedada a prática de quaisquer atos que comprometam a lisura do procedimento licitatório.



**21.7.** Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas caso o CRM-PR venha a tomar conhecimento de fato superveniente que comprometa o atendimento às condições de habilitação ou a regularidade de suas propostas, observado o devido processo administrativo.

**21.7.1.** Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o CRM-PR poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

**21.8.** Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CRM-PR poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições originalmente estabelecidas, inclusive quanto aos preços e obrigações contratuais, observada a vantajosidade para a Administração.

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

**21.10.** Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CRM-PR comunicará os fatos às autoridades competentes para as providências devidas.

**21.11.** É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal.

**21.12.** Correrão por conta do CRM-PR as despesas que incidirem sobre a formalização dos contratos, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato no Diário Oficial da União, nos termos do art. 94 da Lei nº 14.133/2021.

**21.13.** A íntegra deste Edital, incluindo os seus anexos, estarão disponíveis no Portal da Transparência do CRM-PR e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).



**21.13.1.** Em face de eventuais problemas de acesso ao Edital, aos anexos, comunicações oficiais e aos demais documentos referentes ao presente certame, o fato deverá ser imediatamente comunicado pelo interessado à Comissão de Contratação através do e-mail constante do preâmbulo deste Edital.

**21.14.** Os casos omissos e as dúvidas suscitadas em qualquer fase da presente Concorrência serão dirimidos pela Comissão de Contratação, observada a legislação aplicável e, quando necessário, mediante decisão da autoridade competente.

## **CAPÍTULO XXII – DO FORO**

**21.15.** Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente Concorrência, não solucionadas na via administrativa, fica eleito o foro da Justiça Federal, Seção Judiciária do Paraná, na cidade de Curitiba/PR, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Curitiba-PR, na data da assinatura eletrônica.

Dr. Eduardo Baptistella

Presidente do CRM-PR

## RELATÓRIO DE ASSINATURAS

Este documento foi assinado de forma digital ou eletrônica na plataforma Portal de Assinaturas sDoc. Certificação digital da autenticidade dos documentos mantidos na página própria, emitida por uma autoridade certificadora credenciada no âmbito da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil).

### Verifique as assinaturas em:

<https://sdocs.safeweb.com.br/portal/Validador?publicID=78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7>

Chave de acesso: 78ed62a2-dbbb-4eae-b1e7-f7d9802917c7



### Hash do documento

be4b7113d830bb917bab53784a2d7000e7625ae00bae47c53574c248ca95214a

Documento disponível em



### Documento(s) gerado(s) em 17-06-2026, com o(s) seguinte(s) participante(s):

EDUARDO BAPTISTELLA - 020.765.759-95 em 17/06/2026 14:29:34  
UTC-03:00

Tipo de Participante: Assinatura Digital

Identificação: Por e-mail: dubaptistella07@gmail.com

Geolocalização: Latitude: Longitude:

IP: 177.51.207.165



Documento eletrônico assinado digitalmente.  
Validade jurídica assegurada conforme  
MP 2.200-2/2001, que instituiu a ICP-Brasil.