

## CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA - PR

## Termo de Referência 43/2026

## Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
43/2026	389174-CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA - PR	JACINTA MACEDO BIRKNER GUIMARAES	12/06/2026 12:19 (v 0.5)
Status	ASSINADO		

## Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra	17/2026	26.14.000001750-4

## 1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Constitui objeto do presente Termo de Referência a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, a serem prestados por 2 (duas) agências de propaganda especializadas**, sem dedicação exclusiva de mão de obra, sob regime de execução indireta e de forma continuada e sob demanda, destinados à publicização e divulgação dos atos, programas, serviços, campanhas e mensagens de interesse público do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ (CRM-PR), conforme condições e exigências estabelecidas neste Termo de Referência.

1.1.1. Os serviços de publicidade objeto da contratação compreendem aqueles definidos no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, consistentes no conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo:

1.1.1.1. o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna;

1.1.1.2. a intermediação e supervisão da execução externa;

1.1.1.3. a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

1.1.2. A presente contratação tem por finalidade viabilizar a execução planejada e integrada das ações de comunicação do Conselho, incluindo, entre outras atividades:

1.1.2.1. planejamento estratégico de comunicação e desenvolvimento de conceitos criativos;

1.1.2.2. criação e desenvolvimento de campanhas institucionais, educativas ou informativas;

1.1.2.3. elaboração de peças publicitárias e conteúdos de comunicação para meios impressos, digitais, audiovisuais, radiofônicos, televisivos e de mídia exterior;

1.1.2.4. planejamento de mídia, negociação, intermediação e compra de espaços publicitários junto a veículos e plataformas de comunicação;

1.1.2.5. produção e coordenação da execução de materiais e serviços especializados necessários à implementação das ações publicitárias, tais como produção gráfica, audiovisual, digital ou promocional;

1.1.2.6. acompanhamento da veiculação das campanhas e apresentação de relatórios técnicos de desempenho das ações publicitárias.

1.1.3. Os serviços serão executados sob demanda da Administração, mediante requisições formais expedidas pela área responsável pela comunicação do CRM-PR, podendo abranger campanhas institucionais, ações educativas, projetos de comunicação estratégica e iniciativas voltadas à divulgação de informações de interesse público, à valorização da profissão médica e ao fortalecimento da imagem institucional do Conselho.

1.2. O objeto da contratação possui **natureza de serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual**, na forma da legislação que rege as contratações de publicidade, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.2.1. Em razão de suas características técnicas e criativas, os serviços objeto desta contratação não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, nos termos da legislação aplicável, especialmente da Lei 12.232/2010 e da Lei 14.133/2021.

1.2.2. Em decorrência da natureza técnica, intelectual e criativa do objeto, a seleção da proposta mais vantajosa será realizada por meio de licitação na **MODALIDADE CONCORRÊNCIA, COM CRITÉRIO DE JULGAMENTO DO TIPO MELHOR TÉCNICA**.

1.3. A presente contratação observará, primordialmente, o disposto na Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas específicas para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1.3.1. Aplicam-se complementarmente à presente contratação as disposições da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

1.3.2. Aplicam-se igualmente à contratação, no que forem pertinentes à natureza do objeto, as disposições constantes da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, do Decreto nº 57.690/1966, do Decreto nº 6.555/2008, do Decreto nº 4.563/2002, da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023, da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5/2017, bem como das demais normas aplicáveis e das disposições estabelecidas neste Termo de Referência e no Edital.

1.3.3. À participação de microempresas e empresas de pequeno porte aplicam-se, no que couber, as disposições relativas ao tratamento favorecido previstas na Lei Complementar nº 123/2006, especialmente nos arts. 42 a 49.

1.4. Os serviços objeto desta contratação são classificados como serviços continuados, tendo em vista a necessidade permanente de planejamento, desenvolvimento e execução de ações de comunicação pelo CRM-PR, cuja interrupção comprometeria a regularidade, a coerência e a efetividade das atividades de comunicação pública da autarquia.

1.5. A execução ocorrerá sob demanda, mediante ordens de serviço expedidas pela Administração, observando-se o regime de empreitada por preço unitário, em razão da natureza variável das demandas e da impossibilidade de definição prévia e exata das quantidades de serviços a serem executados ao longo da vigência contratual.

1.6. O prazo de vigência da contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do contrato, na forma do art. 105 da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo das hipóteses de prorrogação previstas na legislação aplicável.

1.6.1. A vigência poderá ser prorrogada sucessivamente, observados os limites e condições previstos na legislação aplicável e nas disposições contratuais, respeitado o limite máximo de 10 (dez) anos, nos termos do art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

1.6.2. O contrato administrativo decorrente desta contratação estabelecerá as condições específicas relativas à vigência, às hipóteses de prorrogação e às regras aplicáveis à execução contratual.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A fundamentação da contratação encontra-se pormenorizada no Estudo Técnico Preliminar constante dos autos do processo, o qual integra o presente processo administrativo e constitui apêndice deste Termo de Referência.

2.2. A presente contratação encontra-se alinhada aos instrumentos de planejamento institucional do CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ (CRM-PR), especialmente no que se refere às diretrizes de comunicação institucional voltadas à divulgação de atos, programas, serviços e campanhas de interesse público, bem como ao fortalecimento da imagem institucional e ao relacionamento com seus públicos estratégicos.

2.3. O objeto da contratação encontra-se previsto no Plano de Contratações Anual do CRM-PR para o exercício de 2026.

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

3.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada no tópico 6 do Estudo Técnico Preliminar.

### **4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

4.1. A execução dos serviços deverá observar, no que couber, as diretrizes estabelecidas no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis, bem como as boas práticas de sustentabilidade aplicáveis à atividade publicitária.

4.1.1. A contratada deverá adotar, sempre que possível, soluções criativas, técnicas e operacionais que contribuam para a redução de impactos ambientais decorrentes da execução das ações de comunicação institucional.

4.1.2. Na produção de materiais gráficos publicitários, deverá ser priorizada, sempre que viável:

4.1.2.1. a utilização de insumos provenientes de fontes ambientalmente responsáveis;

4.1.2.2. a redução do uso de materiais impressos quando existirem alternativas digitais equivalentes;

4.1.2.3. a adoção de práticas que minimizem desperdícios de insumos e geração de resíduos.

4.1.3. Na contratação de fornecedores especializados para execução externa de serviços publicitários, a contratada deverá, sempre que possível, privilegiar fornecedores que adotem boas práticas ambientais e de gestão responsável de resíduos.

4.2. Não será admitida a subcontratação das atividades essenciais que integram o núcleo técnico e criativo da agência de propaganda, especialmente aquelas relacionadas à concepção estratégica, criação, planejamento e desenvolvimento das ações publicitárias.

4.2.1. Consideram-se atividades essenciais da agência, entre outras:

4.2.1.1. planejamento estratégico de comunicação publicitária;

4.2.1.2. concepção criativa de campanhas e peças publicitárias;

4.2.1.3. desenvolvimento de conceitos e linhas criativas;

4.2.1.4. coordenação e supervisão técnica da execução das ações publicitárias.

4.2.2. Nos termos do §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, poderão ser utilizados serviços especializados complementares relacionados à execução do objeto contratual, especialmente aqueles referentes:

4.2.2.1. à produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados, como, a título exemplificativo: produção gráfica, produção audiovisual, fotografia, ilustração e outros;

4.2.2.2. ao planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação de campanhas;

4.2.2.3. ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, incluindo serviços digitais especializados, conforme o caso;

4.2.3. A contratação de fornecedores especializados deverá observar a apresentação prévia de orçamentos compatíveis com os preços praticados no mercado, a aprovação expressa da Administração e a observância dos princípios da economicidade, transparência e eficiência.

4.2.4. Em qualquer hipótese de contratação de fornecedores especializados, permanece a responsabilidade integral da agência contratada pela perfeita execução dos serviços, inclusive quanto à qualidade técnica, prazos e conformidade das entregas.

4.2.5. A contratada deverá apresentar ao CRM-PR a documentação comprobatória dos serviços executados por fornecedores especializados, incluindo orçamentos, notas fiscais e demais registros necessários à adequada prestação de contas.

4.2.6. O contrato de serviços de publicidade abrangerá exclusivamente as atividades previstas no art. 2º e no §1º da Lei nº 12.232/2010.

4.3. É vedada a inclusão no objeto contratual de atividades estranhas à publicidade, especialmente promoção, patrocínio, pesquisa de opinião pública desvinculada de ação publicitária, relações públicas, assessoria de comunicação e de imprensa e realização de eventos festivos ou promocionais de qualquer natureza.

4.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no item anterior os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação, desde que diretamente vinculados à estratégia publicitária aprovada pelo CONTRATANTE.

4.4. Nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, somente poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados à execução do objeto contratual pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas ou habilitadas pelo contratante.

4.4.1. O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação, pela agência contratada ao contratante, de, no mínimo, 3 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no ramo da atividade pretendida, conforme disposto no §1º do art. 14 da referida lei.

4.4.2. Sempre que o valor do fornecimento de bens ou serviços especializados for igual ou superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a coleta de orçamentos deverá ocorrer por meio de envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública convocada pelo contratante, nos termos do §2º do art. 14 da Lei nº 12.232/2010.

4.4.3. A agência contratada permanecerá integralmente responsável pela correta execução dos serviços realizados por fornecedores especializados.

4.4.4. A apresentação dos orçamentos pela agência contratada não afasta a prerrogativa do CONTRATANTE de realizar, a qualquer tempo, pesquisa própria de preços, com a finalidade de verificar a compatibilidade dos valores apresentados com aqueles praticados no mercado.

4.4.5. Para fins de aferição da compatibilidade dos preços, o CONTRATANTE poderá utilizar, isolada ou conjuntamente, entre outros parâmetros:

4.4.5.1. atas de registro de preços vigentes e compatíveis com o objeto pesquisado;

4.4.5.2. Banco de Preços, Painel de Preços ou ferramenta equivalente de pesquisa;

4.4.5.3. contratações públicas recentes ou vigentes de objetos similares;

4.4.5.4. cotações diretas obtidas junto a fornecedores do ramo pertinente;

4.4.5.5. tabelas referenciais setoriais, quando existentes;

4.4.5.6. histórico de contratações do próprio CRM-PR;

4.4.5.7. parâmetros de preços adotados por outros órgãos ou entidades públicas.

4.4.6. Identificado indício de sobrepreço, inconsistência, insuficiência de pesquisa, inadequação das especificações ou incompatibilidade dos valores apresentados com os preços de mercado, o CONTRATANTE poderá, motivadamente:

4.4.6.1. exigir a apresentação de novas cotações;

4.4.6.2. solicitar justificativa técnica ou comercial para os valores apresentados;

4.4.6.3. determinar a revisão das especificações do item ou serviço;

4.4.6.4. rejeitar a contratação do fornecedor indicado;

4.4.6.5. limitar a aprovação ao valor considerado compatível com o mercado;

4.4.6.6. determinar a substituição do fornecedor especializado, quando cabível;

4.4.6.7. instaurar procedimento de apuração, caso haja indício de irregularidade.

4.4.7. A aprovação prévia do fornecedor especializado ou do orçamento apresentado não afasta a responsabilidade integral da agência contratada pela qualidade técnica, conformidade, prazo, regularidade fiscal, trabalhista, autoral e documental dos serviços executados por terceiros.

4.4.8. A agência contratada deverá manter, em relação a cada contratação de fornecedor especializado, documentação suficiente para demonstrar a regularidade da seleção, a compatibilidade dos preços, a adequação técnica do fornecedor e a efetiva execução do serviço, sem prejuízo da apresentação dos documentos necessários à liquidação e ao pagamento da despesa.

4.5. Os custos e despesas relativos à veiculação de publicidade deverão ser apresentados ao contratante acompanhados de documentação comprobatória, nos termos do art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

4.5.1. A comprovação deverá incluir, no mínimo: demonstração do valor devido ao veículo de comunicação; tabela de preços do veículo; descrição dos descontos eventualmente concedidos; pedidos de inserção correspondentes; relatório de comprovação de veiculação, sempre que possível realizado por empresa independente.

4.5.2. Pertencem ao CRM-PR todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, incluídos descontos ou bonificações concedidos pelos veículos de divulgação.

4.6. Nos termos do art. 16 da Lei nº 12.232/2010, as informações relativas à execução do contrato deverão ser disponibilizadas em sítio eletrônico próprio, garantindo o acesso público às seguintes informações: nomes dos fornecedores especializados contratados; veículos de comunicação utilizados; valores globais pagos por tipo de serviço ou meio de divulgação.

4.7. Nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/2010, a agência contratada deverá manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

**4.8. Será exigida garantia contratual correspondente a 3% (três por cento) do valor inicial do contrato, nos termos dos arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, com validade durante toda a execução contratual e por 90 (noventa) dias após o término da vigência, podendo ser prestada nas modalidades previstas na legislação aplicável.**

## **5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO**

5.1. A execução dos serviços de publicidade ocorrerá sob demanda do CRM-PR e seguirá fluxo operacional estruturado em etapas sucessivas de planejamento, criação, produção, veiculação e avaliação das ações de comunicação institucional.

5.1.1. O início da execução contratual ocorrerá a partir da assinatura do contrato.

5.1.2. A distribuição das demandas entre as 2 (duas) agências contratadas observará o Manual de Procedimento de Seleção Interna, integrante do Edital como Anexo, sem exclusividade em favor de qualquer contratada e independentemente da ordem de classificação obtida no certame, ressalvadas as hipóteses expressamente disciplinadas no referido Manual.

5.2. A execução das ações de comunicação publicitária observará, em regra, o seguinte fluxo operacional:

5.2.1. A unidade responsável pela comunicação institucional do CRM-PR encaminhará à contratada *briefing* ou solicitação de trabalho, contendo, sempre que possível:

5.2.1.1. contexto institucional da demanda;

5.2.1.2. objetivos de comunicação;

5.2.1.3. público-alvo;

5.2.1.4. prazo de execução;

5.2.1.5. recursos orçamentários estimados para a ação, podendo a agência apresentar sugestões de adequação ou otimização da aplicação desses recursos;

5.2.1.6. eventuais diretrizes estratégicas ou criativas.

5.2.2. Recebido o *briefing*, a contratada deverá elaborar proposta técnica de solução de comunicação, que poderá contemplar:

5.2.2.1. estratégia de comunicação publicitária;

5.2.2.2. proposta criativa para a campanha ou ação publicitária;

5.2.2.3. sugestão de peças e formatos de comunicação;

5.2.2.4. proposta preliminar de mídia e não mídia, quando aplicável;

5.2.2.5. estimativa preliminar de custos.

5.2.3. A proposta apresentada será submetida à análise e aprovação do CONTRATANTE, podendo aprová-la, rejeitá-la ou determinar ajustes, acréscimos ou supressões.

5.2.4. Após a eventual aprovação final da estratégia e do conceito criativo, a contratada desenvolverá as peças publicitárias necessárias à execução da campanha ou ação de comunicação.

5.3. A produção das peças e materiais publicitários poderá envolver a contratação de fornecedores especializados, observadas as disposições da Lei nº 12.232/2010 e as regras estabelecidas neste Termo.

5.3.1. A contratada será responsável pela coordenação técnica e supervisão da execução dos serviços realizados por fornecedores especializados.

5.3.2. Sempre que a ação de comunicação publicitária envolver veiculação em meios de comunicação, a contratada deverá elaborar plano de mídia, contendo:

5.3.2.1. indicação dos veículos e plataformas de divulgação;

5.3.2.2. justificativa técnica da escolha dos meios;

5.3.2.3. estimativa de alcance e frequência da campanha;

5.3.2.4. cronograma de veiculação;

5.3.2.5. custos estimados de veiculação.

5.3.3. A contratação de mídia será formalizada por meio de Pedidos de Inserção – PI, emitidos pela contratada e previamente aprovados pelo CONTRATANTE.

5.3.4. Após a aprovação do plano de mídia e emissão dos respectivos pedidos de inserção, a contratada providenciará a veiculação das peças publicitárias nos veículos e plataformas selecionados.

5.3.5. A contratada deverá apresentar ao CONTRATANTE documentação comprobatória da veiculação das peças publicitárias, incluindo relatórios de veiculação, comprovantes de inserção ou exibição e demais registros que evidenciem a execução das campanhas.

5.3.6. Sempre que aplicável, a contratada poderá apresentar relatórios de desempenho das campanhas, contendo análise dos resultados obtidos, alcance estimado das ações e eventuais recomendações para aprimoramento das estratégias de comunicação.

5.4. É expressamente vedada à CONTRATADA a prática de sobrepor os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos de divulgação aos interesses do CONTRATANTE, seja preterindo veículos que não os concedam, seja priorizando aqueles que os ofereçam.

5.4.1. A escolha dos veículos e meios de divulgação deverá ser orientada exclusivamente por critérios técnicos, com base em pesquisas, dados de audiência, alcance e demais informações que justifiquem a estratégia de mídia adotada, nos termos do § 2º do art. 18 da Lei 12.232/2010.

5.4.2. A eventual sobreposição dos planos de incentivo aos interesses do CONTRATANTE, em desrespeito ao disposto neste item, será considerada grave violação das obrigações contratuais, sujeitando a agência contratada à instauração de processo administrativo e, uma vez comprovado o comportamento injustificado, à aplicação das sanções previstas no art. 156 da Lei 14.133/2021, sem prejuízo das demais medidas cabíveis, conforme o § 3º do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.5. A execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pela unidade responsável pela comunicação institucional do CRM-PR, cabendo à contratada manter interlocução permanente com a equipe de gestão e fiscalização do contrato.

5.5.1. A contratada deverá disponibilizar equipe técnica para atendimento às demandas do CONTRATANTE, participando de reuniões de alinhamento, planejamento ou avaliação sempre que solicitado.

5.6. Para a execução dos serviços contratados, a contratada deverá disponibilizar todos os recursos técnicos necessários à execução das atividades publicitárias, incluindo: softwares de criação e edição gráfica; ferramentas de produção audiovisual; sistemas de monitoramento e análise de mídia; infraestrutura tecnológica para produção das peças publicitárias.

5.7. A execução dos serviços possui caráter variável e sob demanda, podendo abranger diferentes tipos de campanhas e ações de comunicação institucional, tais como: campanhas institucionais; campanhas educativas ou informativas; divulgação de serviços e ações institucionais; produção de conteúdos de interesse público.

5.8. Os direitos patrimoniais de autor relativos às peças publicitárias, campanhas, materiais de comunicação e demais criações intelectuais desenvolvidas no âmbito da execução do contrato serão disciplinados nos termos da legislação aplicável, especialmente da Lei nº 9.610/1998 e da Lei nº 12.853/2013.

5.8.1. A CONTRATADA deverá assegurar que todas as peças publicitárias e materiais produzidos no âmbito do contrato estejam acompanhados da correspondente cessão ou licença de uso dos direitos autorais patrimoniais necessários à sua utilização pelo CONTRATANTE.

5.8.2. A cessão ou licenciamento dos direitos autorais deverá abranger, sempre que aplicável:

5.8.2.1. o direito de reprodução, distribuição, exibição e comunicação pública das peças publicitárias;

5.8.2.2. a utilização das peças em quaisquer meios de comunicação ou plataformas tecnológicas compatíveis com a natureza da campanha;

5.8.2.3. a possibilidade de reutilização das peças institucionais pelo CONTRATANTE, respeitados os limites legais e contratuais.

5.8.3. Quando a execução das ações publicitárias envolver a utilização de obras protegidas por direitos autorais de terceiros, incluindo imagens, trilhas sonoras, ilustrações, fotografias ou quaisquer outras criações intelectuais, caberá à CONTRATADA obter previamente as autorizações e licenças necessárias, responsabilizando-se pela regularidade da utilização dessas obras.

5.8.4. A CONTRATADA deverá informar ao CONTRATANTE, de forma expressa, os prazos, condições e eventuais limitações aplicáveis à cessão ou licença de direitos autorais vinculados às peças publicitárias produzidas.

5.8.5. Nos termos do art. 83 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, a CONTRATADA deverá manter, pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, quando aplicável.

5.8.6. A CONTRATADA responderá perante o CONTRATANTE por eventuais reclamações, demandas judiciais ou extrajudiciais decorrentes da utilização indevida de obras protegidas por direitos autorais ou conexos no âmbito da execução do contrato.

5.9. O CONTRATANTE realizará avaliação periódica da qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA, com o objetivo de verificar o desempenho da execução contratual e subsidiar eventuais decisões relativas à continuidade da contratação.

5.9.1. A avaliação de desempenho será realizada, no mínimo, 2 (dois) meses antes do encerramento do período contratual de 12 (doze) meses, conforme previsto no art. 98 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9 /2025.

5.9.2. A avaliação será formalizada por meio de formulário de avaliação de desempenho, a ser preenchido e assinado pelos gestores e fiscais do contrato e ratificado pelo dirigente da unidade administrativa responsável pela gestão das atividades de comunicação institucional do CRM-PR.

5.9.3. Sempre que possível, antes do preenchimento do formulário de avaliação, poderão ser ouvidos formalmente outros servidores que mantenham relacionamento funcional com a CONTRATADA, a fim de subsidiar a análise sobre a qualidade dos serviços prestados.

5.9.4. O CONTRATANTE poderá instituir avaliações periódicas adicionais, em intervalos menores, com o objetivo de garantir maior acompanhamento e eficiência na avaliação de desempenho da CONTRATADA.

5.9.5. O formulário de avaliação de desempenho permanecerá disponível para consulta dos órgãos de controle interno e externo, nos termos do art. 99 da referida Instrução Normativa.

5.9.6. A avaliação de desempenho da CONTRATADA será considerada pelo CONTRATANTE para:

5.9.6.1. identificar a necessidade de solicitar correções ou melhorias na execução dos serviços contratados;

5.9.6.2. subsidiar a decisão quanto à prorrogação da vigência contratual ou eventual rescisão do contrato;

5.9.6.3. fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declaração acerca de seu desempenho contratual, para fins de comprovação de capacidade técnica em outras licitações;

5.9.6.4. registrar o resultado da avaliação no sistema de registro cadastral unificado, quando aplicável, conforme previsto na Lei 14.133/2021.

5.10. Ao término da vigência contratual, a CONTRATADA deverá entregar ao CONTRATANTE todo o material técnico e documental relativo à execução das campanhas e ações de comunicação desenvolvidas durante o período de vigência do contrato.

5.10.1. A entrega deverá compreender, sempre que aplicável:



- 5.10.1.1. peças publicitárias produzidas, em suas versões finais e, quando possível, em arquivos editáveis;
- 5.10.1.2. registros audiovisuais, arquivos digitais e materiais gráficos desenvolvidos no âmbito do contrato;
- 5.10.1.3. relatórios de veiculação e comprovação das inserções realizadas;
- 5.10.1.4. relatórios técnicos e documentos relacionados à execução das campanhas publicitárias.

5.10.2. O encerramento contratual não prejudica a obrigação da CONTRATADA de manter o acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção da relação contratual, nos termos do art. 17 da Lei nº 12.232/2010.

## **6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO**

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas estabelecidas no Edital, neste Termo de Referência, no instrumento contratual e na legislação aplicável, especialmente na Lei nº 14.133/2021 e na Lei nº 12.232/2010.

6.2. Em caso de impedimento, paralisação ou suspensão do contrato por determinação do CONTRATANTE ou por motivo devidamente justificado, o cronograma de execução poderá ser ajustado pelo período correspondente, mediante registro formal nos autos do processo administrativo.

6.3. As comunicações entre CONTRATANTE e CONTRATADA deverão ser realizadas preferencialmente por escrito, admitindo-se o uso de meios eletrônicos para registro das solicitações, aprovações e demais atos relacionados à execução contratual.

6.4. O CONTRATANTE poderá convocar representantes da CONTRATADA para reuniões de alinhamento, acompanhamento ou avaliação das ações de comunicação desenvolvidas no âmbito do contrato.

6.5. Após a assinatura do contrato, o CONTRATANTE poderá convocar reunião inicial com representantes da CONTRATADA para apresentação das diretrizes de execução contratual, incluindo: procedimentos de solicitação de serviços e elaboração de briefings; fluxo de aprovação das ações de comunicação; rotinas de acompanhamento e fiscalização do contrato; procedimentos de prestação de contas das ações publicitárias; critérios de avaliação da execução contratual.

6.6. A CONTRATADA deverá designar formalmente um preposto, responsável pela interlocução com o CONTRATANTE durante a execução do contrato.

6.6.1. O preposto deverá possuir poderes para representar a CONTRATADA na execução das atividades contratadas, bem como para prestar esclarecimentos, receber notificações e adotar providências necessárias à regular execução do contrato.

6.6.2. O CONTRATANTE poderá solicitar a substituição do preposto, mediante justificativa, caso verifique inadequação no desempenho de suas funções.

6.7. A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor designado pelo CONTRATANTE, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto Federal nº 11.246/2022.

6.7.1. A fiscalização contratual terá por finalidade verificar o cumprimento das obrigações contratuais e assegurar a adequada execução dos serviços de publicidade.

6.7.2. Compete ao fiscal do contrato, entre outras atribuições:

6.7.2.1. acompanhar a execução das ações de comunicação publicitária;

6.7.2.2. verificar a conformidade das peças, campanhas e materiais produzidos com as diretrizes aprovadas pelo CONTRATANTE;

6.7.2.3. analisar a documentação comprobatória relativa à produção e veiculação das campanhas;

6.7.2.4. registrar ocorrências relacionadas à execução contratual;

6.7.2.5. solicitar esclarecimentos ou providências à CONTRATADA quando identificadas irregularidades.

6.7.3. No âmbito específico da contratação de serviços de publicidade, compete ainda à fiscalização do contrato, em articulação com a unidade responsável pela comunicação institucional do CRM-PR:

6.7.3.1. formalizar e registrar as solicitações de serviços encaminhadas à CONTRATADA, inclusive briefings, ordens de serviço ou solicitações equivalentes, mantendo controle das demandas executadas no âmbito do contrato;

6.7.3.2. analisar as propostas técnicas apresentadas pela CONTRATADA, incluindo estratégias de comunicação, conceitos criativos, sugestões de mídia e estimativas de custos, manifestando-se quanto à sua adequação aos objetivos institucionais do CONTRATANTE e à compatibilidade com os recursos orçamentários disponíveis;

6.7.3.3. verificar a regularidade da contratação de fornecedores especializados envolvidos na execução das ações publicitárias, incluindo a análise dos orçamentos apresentados, da compatibilidade com os preços de mercado e da documentação comprobatória das despesas;

6.7.3.4. analisar os planos de mídia apresentados pela CONTRATADA e manifestar-se quanto à sua consistência técnica, para fins de aprovação pelo CONTRATANTE;

6.7.3.5. verificar a documentação comprobatória da veiculação das campanhas publicitárias, incluindo relatórios de inserção, comprovantes de exibição e demais evidências que demonstrem a execução das ações publicitárias;

6.7.3.6. verificar se as peças publicitárias produzidas no âmbito da execução contratual estão acompanhadas da correspondente cessão ou licença de uso dos direitos autorais necessários à sua utilização pelo CONTRATANTE;

6.7.3.7. acompanhar a organização, manutenção e disponibilização do acervo comprobatório das campanhas e peças publicitárias produzidas no âmbito do contrato.

6.7.4. Todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato deverão ser registradas em processo administrativo próprio, com indicação das providências adotadas para sua regularização.

6.7.5. A fiscalização exercida pelo CONTRATANTE não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA pela execução do objeto contratual, inclusive perante terceiros, por eventuais danos decorrentes da execução dos serviços.

6.7.6. O acompanhamento da execução das ações de comunicação publicitária deverá observar, entre outros aspectos:

6.7.6.1. adequação das estratégias de comunicação aos objetivos institucionais do CONTRATANTE;

6.7.6.2. compatibilidade dos custos apresentados com os valores praticados no mercado;

6.7.6.3. regularidade da contratação de fornecedores especializados, quando aplicável;

6.7.6.4. comprovação da efetiva veiculação das campanhas publicitárias.

6.7.7. A fiscalização deverá verificar a conformidade dos custos apresentados para produção e veiculação de campanhas com os documentos comprobatórios exigidos pela legislação aplicável.

6.7.8. A fiscalização poderá solicitar à CONTRATADA relatórios periódicos de acompanhamento das ações de comunicação desenvolvidas no âmbito do contrato, contendo informações sobre execução das campanhas, produção das peças publicitárias, veiculação de mídia e desempenho das ações realizadas.

6.7.9. Nos termos da Lei nº 12.232/2010, as informações relativas à execução do contrato deverão ser disponibilizadas em meio eletrônico, garantindo transparência quanto a: fornecedores especializados contratados; veículos de divulgação utilizados; valores aplicados nas ações publicitárias.

6.8. A gestão contratual será exercida por gestor do contrato, servidor formalmente designado pelo CONTRATANTE nos termos da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto Federal nº 11.246/2022.

6.8.1. O gestor do contrato será responsável por coordenar as atividades de acompanhamento da execução contratual, competindo-lhe:

6.8.1.1. supervisionar a atuação da fiscalização contratual;

6.8.1.2. acompanhar o cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA;

6.8.1.3. promover a adoção de medidas corretivas quando identificadas irregularidades na execução do contrato;

6.8.1.4. avaliar a necessidade de ajustes, prorrogação ou eventual rescisão contratual;

6.8.1.5. coordenar o processo de avaliação periódica do desempenho da CONTRATADA, nos termos previstos neste Termo de Referência e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025;

6.8.1.6. acompanhar os procedimentos de encerramento contratual, incluindo o recebimento do acervo técnico e documental relativo às campanhas executadas durante a vigência do contrato.

6.8.2. O gestor do contrato deverá manter atualizado o histórico de gerenciamento da contratação, registrando as principais ocorrências relacionadas à execução contratual.

6.8.3. Quando constatada eventual irregularidade ou descumprimento de obrigações contratuais, o gestor do contrato poderá propor à autoridade competente a instauração de processo administrativo para apuração de responsabilidades e aplicação das sanções cabíveis.

## **7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO**

7.1. A aferição da execução contratual será realizada com base na análise das demandas encaminhadas pelo CONTRATANTE e nas entregas correspondentes realizadas pela CONTRATADA, considerando, entre outros aspectos:

7.1.1. o atendimento às diretrizes constantes dos *briefings* ou das solicitações de serviço emitidas pelo CONTRATANTE;

7.1.2. a adequação técnica das estratégias de comunicação, das peças publicitárias e das soluções criativas apresentadas;

7.1.3. o cumprimento dos prazos estabelecidos para a execução das ações de comunicação;

7.1.4. a regularidade da documentação comprobatória relativa à produção das peças publicitárias e à veiculação das campanhas;

7.1.5. a observância das disposições da Lei nº 12.232/2010 e das demais normas aplicáveis à execução dos serviços de publicidade.

7.2. Poderá haver retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis, quando constatado que a CONTRATADA:

- 7.2.1. deixou de executar atividades previstas nas demandas encaminhadas pelo CONTRATANTE;
- 7.2.2. executou os serviços em desacordo com as diretrizes aprovadas ou com qualidade inferior à exigida;
- 7.2.3. deixou de apresentar a documentação comprobatória necessária à verificação da execução dos serviços ou da veiculação das campanhas;
- 7.2.4. descumpriu prazos ou condições estabelecidas para a execução das ações de comunicação.

7.3. Os prazos para execução das demandas encaminhadas pelo CONTRATANTE serão contados a partir do recebimento do briefing ou da solicitação formal de serviço pela CONTRATADA.

7.3.1. Para fins de organização da execução contratual e definição dos prazos de atendimento, as demandas encaminhadas pelo CONTRATANTE serão classificadas conforme o nível de complexidade das atividades solicitadas.

7.3.2. A classificação das demandas observará as seguintes categorias:

7.3.2.1. **Peças de oportunidade:** demandas de baixa complexidade e rápida execução, normalmente relacionadas a comunicações imediatas ou publicações de caráter informativo, tais como:

- *posts* para redes sociais;
- *cards* informativos;
- avisos institucionais;
- peças de divulgação pontual;
- peças relacionadas a datas comemorativas;
- ajustes ou adaptações simples de peças já existentes.

7.3.2.2. **Peças avulsas:** demandas de complexidade intermediária, consistindo na criação de peças específicas de comunicação, sem estruturação completa de campanha publicitária, podendo envolver:

- peças gráficas institucionais;
- peças para redes sociais com desenvolvimento criativo próprio;
- *banners* digitais ou impressos;
- *folders* ou materiais gráficos isolados;
- roteiros ou peças audiovisuais de curta duração;
- peças para mídia digital ou institucional.

7.3.2.3. **Campanhas publicitárias:** demandas de maior complexidade, envolvendo planejamento estratégico e conjunto estruturado de peças e ações de comunicação, incluindo:

- desenvolvimento de conceito criativo;
- criação de identidade visual da campanha;
- produção de múltiplas peças publicitárias;
- planejamento e estratégia de mídia;
- peças para diferentes canais (digital, audiovisual, gráfico ou institucional).

7.3.3. Os prazos máximos para execução das demandas observarão os parâmetros definidos na tabela abaixo. O descumprimento injustificado desses prazos poderá ensejar o registro de ocorrência contratual e o redimensionamento do pagamento relativo ao serviço ou à parcela contratual correspondente.

ITEM	SERVIÇO	PRAZO MÁXIMO (dias úteis)	GRAU
1	Criação de peças de oportunidade, incluindo <i>posts</i> institucionais, <i>cards</i> informativos, peças para redes sociais ou comunicações emergenciais.	2 dias	1
2	Adaptação e/ou desdobramento de peças existentes para novos formatos ou canais.	2 dias	1
3	Criação de peças avulsas ( <i>banners</i> , artes gráficas, materiais digitais e/ou impressos).	3 dias	1
4	Desenvolvimento de peças digitais ou audiovisuais simples ( <i>posts</i> animados, vídeos curtos, <i>reels</i> e/ou similares).	3 dias	2
5	Criação de campanhas pontuais relacionadas a datas comemorativas ou ações institucionais específicas, com peças gráficas e/ou digitais.	5 dias	2
6	Criação de campanhas direcionadas a públicos específicos, incluindo estratégia de divulgação <i>on-line</i> ou <i>off-line</i> , conjunto de peças e eventual plano de mídia.	7 dias	2
7	Elaboração de plano de mídia para campanhas institucionais ou ações publicitárias.	7 dias	2
8	Criação de campanhas institucionais de maior abrangência, envolvendo conceito criativo, estratégia de comunicação, conjunto ampliado de peças e planejamento de mídia.	10 dias	3
9	Produção de peças publicitárias de campanha (vídeos institucionais, <i>spots</i> , materiais gráficos complexos ou conteúdos multimídia).	10 dias	3

7.3.4. A classificação das demandas prevista no item 7.3.2 orientará a aplicação dos prazos máximos estabelecidos na tabela acima, sem prejuízo de ajustes específicos formalmente acordados entre as partes.

7.3.5. Quando houver solicitação de ajustes ou alterações substanciais nas peças ou estratégias apresentadas pela CONTRATADA, os prazos de execução poderão ser redefinidos pela fiscalização do contrato, considerando a extensão das modificações solicitadas.

7.4. Os prazos estabelecidos no item anterior poderão ser ajustados mediante acordo formal entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, devidamente registrado nos autos de gestão e fiscalização contratual, considerando: a complexidade específica da demanda; o volume de peças a serem produzidas; a necessidade de cumprimento de prazos institucionais ou legais; a necessidade de realização de etapas adicionais de produção.

7.4.1. O atraso injustificado no cumprimento dos prazos estabelecidos poderá caracterizar descumprimento contratual. O não atendimento reiterado aos prazos exigidos pelo CONTRATANTE poderá ensejar o redimensionamento do pagamento relativo ao serviço ou à parcela contratual correspondente.

7.4.2. Não será considerado atraso injustificado quando o descumprimento do prazo decorrer de:

- 7.4.2.1. atraso na disponibilização de informações essenciais pelo CONTRATANTE;
- 7.4.2.2. solicitação de alterações substanciais nas peças ou estratégias após a entrega inicial pela CONTRATADA;
- 7.4.2.3. fatores externos que impeçam a execução da demanda, desde que devidamente justificados e aceitos pela fiscalização do contrato.

7.4.3. Nos casos de atraso injustificado, poderá ser aplicado redimensionamento do pagamento devido à CONTRATADA, apurado conforme o grau da ocorrência e de acordo com os parâmetros definidos na tabela a seguir.

GRAU	CORRESPONDÊNCIA
1	0,2% (dois décimos por cento) sobre o valor do serviço ou da parcela contratual correspondente.
2	0,4% (quatro décimos por cento) sobre o valor do serviço ou da parcela contratual correspondente.
3	0,8% (oito décimos por cento) sobre o valor do serviço ou da parcela contratual correspondente.

7.4.4. As ocorrências relativas ao descumprimento dos prazos de execução das demandas deverão ser registradas pela fiscalização do contrato, integrando o histórico de desempenho da CONTRATADA no âmbito da execução contratual.

7.5. Os serviços executados no âmbito do contrato serão recebidos provisoriamente pelo fiscal do contrato ou pela unidade responsável pela comunicação institucional do CONTRATANTE, mediante verificação preliminar da conformidade das entregas realizadas com as demandas encaminhadas.

- 7.5.1. O recebimento provisório ocorrerá após a entrega das peças publicitárias, materiais produzidos, relatórios de execução ou documentação comprobatória da veiculação das campanhas, conforme aplicável.
- 7.5.2. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando estiverem em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência, nas solicitações de serviço ou nas aprovações emitidas pelo CONTRATANTE, devendo a CONTRATADA proceder às correções necessárias no prazo estabelecido pela fiscalização do contrato.

7.6. O recebimento definitivo ocorrerá após a verificação da adequada execução das ações de comunicação, da regularidade da documentação apresentada e do atendimento das exigências contratuais, formalizado por meio de registro no processo administrativo da contratação ou no expediente de liquidação da despesa.

7.6.1. O prazo para recebimento definitivo será de até 10 (dez) dias, contados do recebimento provisório.

7.6.2. O prazo para recebimento definitivo poderá ser prorrogado, de forma justificada, quando houver necessidade de diligências adicionais para verificação da execução das campanhas ou da documentação apresentada.

7.7. No caso de controvérsia quanto à execução do objeto, especialmente quanto à dimensão, qualidade ou comprovação da veiculação das campanhas, deverá ser observado o disposto no art. 143 da Lei nº 14.133/2021, comunicando-se à CONTRATADA para emissão de nota fiscal relativa à parcela incontroversa da execução do objeto, para fins de liquidação e pagamento.

7.8. O recebimento provisório ou definitivo não exclui a responsabilidade da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços, nem a responsabilidade pela veracidade e regularidade das informações e documentos apresentados.

7.9. O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento definitivo.

7.9.1. Nos casos de veiculação de campanhas publicitárias, o pagamento somente será realizado após a apresentação da documentação comprobatória da efetiva inserção das peças publicitárias nos veículos de divulgação, tais como relatórios de veiculação, comprovantes de inserção, mapas de mídia ou documentos equivalentes.

7.9.2. Nos casos de produção de peças publicitárias ou contratação de fornecedores especializados, o pagamento ficará condicionado à apresentação dos respectivos orçamentos aprovados, notas fiscais e demais documentos comprobatórios exigidos pela legislação aplicável.

7.9.3. Caberá à CONTRATADA efetuar o pagamento dos valores devidos a fornecedores de bens e serviços especializados e a veículos de divulgação no prazo de até 10 (dez) dias úteis após o recebimento do pagamento correspondente pelo CONTRATANTE.

7.9.4. A CONTRATADA deverá comprovar ao CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores e veículos, mediante relatório mensal, acompanhado dos documentos pertinentes, sem prejuízo da apresentação das notas fiscais, comprovantes de veiculação e demais documentos exigidos para liquidação da despesa.

7.9.5. Nenhum reembolso, ressarcimento, repasse ou pagamento relativo a fornecedores especializados, veículos de divulgação, plataformas digitais, produção externa, serviços complementares ou quaisquer despesas vinculadas à execução das ações publicitárias será devido pelo CONTRATANTE sem prévia autorização formal, mediante ordem de serviço, plano aprovado, orçamento aprovado, pedido de inserção ou instrumento equivalente.

7.9.6. A CONTRATADA não poderá assumir, em nome próprio ou em nome do CONTRATANTE, compromissos com fornecedores especializados, veículos de divulgação, plataformas digitais ou terceiros sem autorização prévia e formal do CONTRATANTE, não respondendo este por despesas executadas sem observância dessa condição.

7.9.7. Os pagamentos relativos à produção de peças, serviços especializados, veiculação de mídia, impulsionamento digital, distribuição em plataformas, licenciamento de direitos ou quaisquer despesas executadas por terceiros dependerão da apresentação da documentação comprobatória pertinente, incluindo, conforme o caso, orçamentos aprovados, notas fiscais, pedidos de inserção, mapas de mídia, comprovantes de veiculação, relatórios de entrega, comprovantes de pagamento e demais documentos necessários à liquidação da despesa.

7.9.8. O relatório mensal previsto no item 7.9.4 deverá conter, no mínimo, a identificação da ordem de serviço ou demanda correspondente, a data do pagamento realizado pelo CONTRATANTE à CONTRATADA, a data do pagamento efetuado pela CONTRATADA ao fornecedor ou veículo, o nome empresarial e CNPJ do favorecido, o número do documento fiscal, a descrição resumida do serviço ou veiculação e o valor pago.

7.9.9. A ausência de comprovação suficiente, a divergência entre os valores aprovados e os documentos apresentados, a execução de despesa não autorizada ou o descumprimento do prazo previsto no item 7.9.3 poderá ensejar retenção, glosa ou suspensão do pagamento correspondente, sem prejuízo da apuração de responsabilidade e da aplicação das sanções cabíveis.

7.9.10. Excepcionalmente, quando necessário à preservação do interesse público, à continuidade da execução contratual ou à regularização de obrigação vinculada à ação publicitária previamente autorizada, o CONTRATANTE poderá realizar pagamento direto a fornecedor especializado ou veículo de divulgação, hipótese em que o valor correspondente será deduzido do montante devido à CONTRATADA, observadas as condições previstas no contrato e a devida formalização nos autos.

7.10. No caso de atraso pelo CONTRATANTE, os valores devidos à CONTRATADA serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento e a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), ou outro índice que venha a substituí-lo.

7.11. Para fins de pagamento, o setor competente deverá verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada contém os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.11.1. identificação da CONTRATADA e do contrato;

7.11.2. descrição do serviço executado ou da campanha realizada;

7.11.3. período ou referência da execução dos serviços;

7.11.4. valor a pagar;

7.11.5. eventual destaque das retenções tributárias cabíveis.

7.12 Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará suspenso até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a regularização da situação.

7.13. A Nota Fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA, constatada mediante consulta ao SICAF ou aos sistemas oficiais de verificação de regularidade fiscal.

7.13.1. Constatada eventual irregularidade fiscal da CONTRATADA, esta será notificada para regularização no prazo de 5 (cinco) dias úteis, podendo o prazo ser prorrogado por igual período, a critério do CONTRATANTE.

7.14. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pela CONTRATADA.

7.14.1. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária.

7.15. Quando do pagamento, serão efetuadas as retenções tributárias previstas na legislação aplicável.

7.15.1. A CONTRATADA optante pelo Simples Nacional deverá apresentar comprovação dessa condição para fins de aplicação do regime tributário correspondente.

## **8. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

8.1. Comete infração administrativa, nos termos do art. 155 da Lei 14.133/2021, a CONTRATADA que:

8.1.1. der causa à inexecução parcial do contrato;

8.1.2. der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano ao CONTRATANTE, ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

8.1.3. der causa à inexecução total do contrato;

8.1.4. ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;



8.1.5. apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

8.1.6. praticar ato fraudulento na execução do contrato;

8.1.7. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

8.1.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei 12.846/2013;

8.1.9. priorizar ou preterir veículos de divulgação em razão de planos de incentivo, bonificações ou quaisquer vantagens comerciais concedidas por veículos de comunicação, em detrimento de critérios técnicos de planejamento de mídia, em afronta ao §2º do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

8.2. Serão aplicadas à CONTRATADA que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

8.2.1. Advertência, quando a CONTRATADA der causa à inexecução parcial do contrato, prevista no item 8.1.1, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

8.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos itens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

8.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, quando praticadas as condutas descritas nos itens 8.1.5, 8.1.6, 8.1.7 e 8.1.8, bem como nas hipóteses previstas nos subitens 8.1.2, 8.1.3, 8.1.4 e 8.1.9, quando a gravidade da conduta justificar a aplicação de penalidade mais severa.

8.2.4. Multa, que poderá ser aplicada isolada ou cumulativamente com as demais sanções:

8.2.4.1. Multa moratória, para as infrações descritas no subitem 8.1.4, de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado, incidente sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 15 (quinze) dias.

8.2.4.2. Multa moratória, de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado, incidente sobre o valor total do contrato, até o limite máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autoriza o CONTRATANTE a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, nos termos do inciso I do art. 137 da Lei nº 14.133/2021.

8.2.4.3. Multa compensatória, para as infrações descritas nos subitens 8.1.5 a 8.1.8, de 15% (quinze por cento) a 30% (trinta por cento) do valor da contratação.

8.2.4.4. Multa compensatória, para a inexecução total do contrato prevista no subitem 8.1.3, de 10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento) do valor da contratação.

8.2.4.5. Multa compensatória, para a infração descrita no subitem 8.1.2, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.

8.2.4.6. Multa compensatória, em substituição à multa moratória prevista para a infração descrita no subitem 8.1.4, de 10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento) do valor da contratação.

8.2.4.7. Multa compensatória, para a infração descrita no subitem 8.1.1, de 1% (um por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.

8.2.4.8. Multa compensatória, em razão de falhas na execução das ações ou serviços de comunicação publicitária, tais como atraso injustificado na entrega de peças ou materiais aprovados, descumprimento de cronogramas de veiculação ou apresentação incompleta de documentação comprobatória de mídia, podendo variar de 0,5% (cinco décimos por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da ação publicitária correspondente.

8.3. A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao CONTRATANTE.

8.4. Todas as sanções previstas neste Termo poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

8.5. Antes da aplicação de qualquer sanção será assegurado à CONTRATADA o direito ao contraditório e à ampla defesa, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

8.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo CONTRATANTE à CONTRATADA, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

8.7. A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 15 (quinze) dias, contado da data do recebimento da comunicação enviada pelo CONTRATANTE.

8.8. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto no art. 158 da Lei 14.133/2021 para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade.

8.8.1. Para a garantia da ampla defesa e do contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial e aqueles cadastrados pela CONTRATADA no SICAF.

8.8.2. Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no SICAF serão considerados de uso contínuo da CONTRATADA, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

8.9. Na aplicação das sanções serão considerados:

8.9.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

8.9.2. as peculiaridades do caso concreto;

8.9.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

8.9.4. os danos que dela provierem para o CONTRATANTE;

8.9.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

8.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei 14.133/2021 ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei 12.846/2013 serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e a autoridade competente definidos na referida lei.

8.11. A personalidade jurídica da CONTRATADA poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática de atos ilícitos previstos ou para provocar confusão patrimonial, hipótese em que os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica poderão ser estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

8.12. O CONTRATANTE deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP).

8.12.1. As penalidades aplicadas serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

8.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei 14.133/2021.

8.14. Os débitos da CONTRATADA para com o CONTRATANTE, resultantes de multa administrativa ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo CONTRATANTE decorrentes deste ou de outros contratos administrativos celebrados com a mesma CONTRATADA.

## 9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

9.1. A seleção do(s) fornecedor(es) será realizada por meio de **licitação na modalidade concorrência**, nos termos da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, **adotando-se o critério de julgamento por melhor técnica**.

9.1.1. A adoção do critério de julgamento por melhor técnica justifica-se pela natureza dos serviços objeto da contratação, que envolvem atividades estratégicas, criativas e especializadas no campo da arte publicitária, cuja avaliação demanda análise predominantemente qualitativa das propostas apresentadas pelas agências licitantes.

9.1.2. O julgamento das propostas técnicas será realizado por Subcomissão Técnica, constituída na forma prevista na Lei nº 12.232/2010, responsável pela análise e avaliação dos planos de comunicação e demais elementos técnicos apresentados pelas licitantes.

9.1.3. O procedimento licitatório poderá resultar na contratação de 2 (duas) agências de propaganda, conforme previsto na legislação aplicável às contratações dos respectivos serviços, especialmente na Lei nº 12.232/2010 e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025.

9.1.4. Em observância ao rito especial previsto na Lei nº 12.232/2010 e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, os documentos de habilitação somente serão exigidos das licitantes classificadas no julgamento final das propostas, em sessão própria, posteriormente à conclusão das etapas de julgamento das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços, conforme melhor disciplina a ser considerada no Edital.

9.1.4.1. Para esse fim, as licitantes classificadas serão convocadas pela Comissão de Contratação para apresentação do Invólucro nº 5 – Documentos de Habilitação, no dia, horário e local indicados na respectiva convocação.

9.1.4.2. A não apresentação dos documentos de habilitação pela licitante convocada, na forma e no prazo estabelecidos no Edital, sujeitará a licitante às consequências previstas no instrumento convocatório, sem prejuízo da convocação das licitantes remanescentes, observada a ordem de classificação, quando cabível.

9.2. A licitação será realizada sob a forma presencial, mediante sessões públicas conduzidas pela Comissão de Contratação.

9.2.1. A adoção da forma presencial justifica-se pela necessidade de preservação do julgamento apócrifo das propostas técnicas, característica essencial das licitações de comunicação, que exige a apresentação e avaliação do plano de comunicação em via não identificada, vedada a inclusão de qualquer elemento que permita a identificação da autoria da proposta, nos termos do § 2º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

9.2.2. A realização presencial do certame também se mostra adequada à gestão dos invólucros contendo propostas identificadas e não identificadas, assegurando a integridade do procedimento e a observância do princípio do julgamento técnico imparcial.

9.3. O regime de execução do objeto será o de **empreitada por preço unitário**, nos termos da Lei nº 14.133/2021, considerando que os serviços de comunicação serão executados sob demanda, de acordo com as necessidades do CONTRATANTE.

9.3.1. As demandas serão formalizadas pelo CONTRATANTE por meio de briefings, solicitações de serviço ou instrumentos equivalentes, nos quais constarão as diretrizes, os objetivos e as especificações das ações publicitárias a serem desenvolvidas.

9.3.2. A execução dos serviços compreenderá atividades previstas no art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

9.3.3. A remuneração da CONTRATADA observará os valores definidos no contrato e em seus anexos, considerando os serviços efetivamente executados e devidamente aprovados pelo CONTRATANTE.

9.4. Considerando que a presente licitação adota o critério de julgamento por melhor técnica, a avaliação das propostas concentrar-se-á na análise da qualidade técnica das soluções apresentadas pelas licitantes, nos termos da legislação aplicável.

9.5. Os critérios de remuneração da(s) agência(s) serão previamente definidos, observando-se as disposições da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, especialmente o disposto em seu art. 37.

9.5.1. Para fins de aceitabilidade da proposta, a(s) agência(s) licitante(s) deverá(ão) declarar expressa concordância com os percentuais, condições e parâmetros de remuneração estabelecidos pela Administração para a execução dos serviços.

9.5.2. Serão desclassificadas as propostas que: apresentarem condições de remuneração incompatíveis com os parâmetros definidos pela Administração; estabelecerem percentuais ou condições divergentes das regras previstas para a contratação; incluírem disposições que comprometam a adequada execução dos serviços.

9.5.3. A remuneração da CONTRATADA observará os parâmetros abrangendo:

9.5.3.1. percentual de **desconto concedido ao CONTRATANTE** sobre os custos internos dos serviços executados pela contratada, com base na **tabela referencial do SINAPRO/PR**;

9.5.3.2. percentual de **honorários incidentes sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores**, quando houver intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680 /1965;

9.5.3.3. percentual de **honorários incidentes sobre os preços dos bens e serviços especializados prestados por fornecedores**, com intermediação e supervisão da agência, referentes:

a) à renovação de direitos autorais e conexos, inclusive cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição ou veiculação da peça ou material não proporcione o desconto de agência concedido pelos agentes de veiculação de publicidade, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação ou estratégia publicitária, excetuadas as pesquisas de pré-teste realizadas às expensas da própria agência;

c) à reimpressão de peças publicitárias, compreendida como a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação em relação à edição anterior, admitidas apenas correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

9.5.3.4. percentual de honorários incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças publicitárias em plataformas digitais e outras tecnologias de comunicação, quando tais meios não concederem desconto-padrão de agência, abrangendo atividades de planejamento, gestão, otimização, monitoramento e avaliação de campanhas;

9.5.3.5. percentual incidente sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças publicitárias por intermédio de agentes de veiculação, em veículos tradicionais, observado o disposto no art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e nas normas que regulam o desconto-padrão de agência:

9.5.3.5.1. As agências licitantes deverão apresentar, juntamente com a proposta de preços, declaração de compromisso de reversão ao CONTRATANTE de parcela do “desconto-padrão de agência” a que fizerem jus, quando aplicável, observados os parâmetros previstos no Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, instituído pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

9.5.3.5.2. A reversão mencionada no item anterior observará os limites e condições estabelecidos nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, especialmente o disposto no Anexo “B” – Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios, podendo ocorrer quando o volume de investimentos em mídia atingir os patamares definidos pelo referido sistema.

9.5.3.5.3. Nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, é facultado à agência negociar com o anunciante parcela do desconto-padrão de agência a que fizer jus, observados os parâmetros estabelecidos pelo CENP e suas eventuais atualizações.

9.6. A **habilitação jurídica** será comprovada mediante a apresentação dos seguintes documentos:

9.6.1. Documento de identificação dos responsáveis legais da licitante;

9.6.2. Registro comercial, no caso de empresário individual;

9.6.3. 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;

9.6.4. Inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

9.6.5. 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.

9.6.5.1. 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.

9.6.6. Não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio.

9.6.6.1. A vedação justifica-se em razão da natureza do objeto, que demanda atuação integrada, unidade de direção estratégica e centralização decisória na condução das atividades de planejamento, criação, produção e execução das ações publicitárias.

9.6.6.2. A execução contratual exige interlocução direta e contínua entre a contratada e a Administração, bem como elevada coordenação interna, circunstâncias incompatíveis com a divisão de atribuições típica das estruturas consorciadas.

9.6.6.3. Ademais, a modelagem da contratação não demanda a conjugação de capacidades técnicas ou econômico-financeiras extraordinárias, sendo plenamente viável a execução integral do objeto por empresas individualmente consideradas.

9.6.6.4. A vedação não compromete a competitividade do certame, diante da ampla existência de empresas especializadas aptas à execução do objeto, bem como da possibilidade de contratação simultânea de mais de uma agência.

9.6.6.5. Assim, nos termos do art. 15 da Lei nº 14.133/2021, a Administração entende, de forma motivada, que a participação em consórcio não se mostra adequada à presente contratação.

9.6.7. Não será admitida a participação de sociedades cooperativas.

9.6.7.1. A vedação decorre da incompatibilidade entre o regime cooperativista e a forma de execução do objeto, que exige direção técnica unificada, coordenação operacional centralizada e responsabilização direta sobre as entregas.

9.6.7.2. A execução contratual envolve mobilização recorrente de equipes, atuação sob demanda, cumprimento de cronogramas definidos pela Administração e alinhamento contínuo às diretrizes institucionais da contratante.

9.6.7.3. Nesse contexto, a participação de cooperativas pode comprometer a padronização da execução, a rastreabilidade das responsabilidades e o controle contratual, além de potencializar riscos relacionados à intermediação de mão de obra.

9.6.7.4. A vedação não implica restrição indevida à competitividade, diante da ampla existência de empresas especializadas aptas à execução integral do objeto.

9.6.7.5. Dessa forma, a medida mostra-se proporcional, motivada e alinhada aos princípios da eficiência, da segurança jurídica e da adequada execução contratual.

9.7. A **regularidade fiscal, social e trabalhista** será comprovada mediante a apresentação dos seguintes documentos:

9.7.1. prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

9.7.2. prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou do Distrito Federal;

9.7.3. prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes municipal;

9.7.4. prova de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS (CRF);

9.7.5. prova de regularidade com a Fazenda Pública, mediante a apresentação exclusiva dos seguintes documentos;

a.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;

a.2. Certidão Negativa de Débitos com a Fazenda do Distrito Federal ou estadual, expedida pela Secretaria da Fazenda; e

a.3. Certidão Negativa de Débitos (ou Certidão Positiva de Débitos com efeito de Negativa) com a Fazenda municipal, expedida pela Secretaria da Fazenda.

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

9.7.7. Apresentar ainda as seguintes declarações:

9.7.7.1. 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.

9.7.7.2. Declaração, sob as penas da lei, de que a licitante não se encontra nas situações abaixo elencadas, não podendo participar da licitação, direta ou indiretamente, isoladamente ou em consórcio, agências de propaganda que, por qualquer motivo:

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

9.7.7.2.2. estejam impedidas de licitar e contratar com a União;

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

9.7.7.2.4. encontrem-se em processo de dissolução ou liquidação;

9.7.7.2.5. 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;

9.7.7.2.6. 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;

9.7.7.2.7. sejam estrangeiras que não funcionem no País;

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

9.7.7.2.9. que atuem sem fins lucrativos.

9.7.7.3. 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).

9.7.7.4. Declaração de Inexistência de Agente Público do CRM-PR nos Quadros da Empresa;

9.7.7.5. Declaração de inexistência de fato impeditivo.

9.8. A **qualificação econômico-financeira** será comprovada mediante a apresentação de:

9.8.1. Certidão negativa de falência, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

9.8.2. 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:

9.8.2.1. 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;

9.8.2.2. 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):**

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

9.8.2.3. A exigência de qualificação econômico-financeira justifica-se pela natureza continuada, sob demanda e financeiramente sensível da contratação de serviços de publicidade, que envolve a execução de ações publicitárias em diferentes graus de complexidade, a intermediação e supervisão de fornecedores especializados, a negociação e o acompanhamento de veiculação em veículos e plataformas de comunicação, a obrigação de manutenção de documentação comprobatória e a necessidade de assegurar a regularidade da execução contratual durante toda a vigência do ajuste.

9.8.2.4. A comprovação de índices contábeis adequados tem por finalidade demonstrar que a licitante possui capacidade econômico-financeira mínima para assumir os compromissos decorrentes da contratação, suportar obrigações operacionais compatíveis com o porte do objeto, manter regularidade perante fornecedores e veículos envolvidos na execução das ações publicitárias e preservar a continuidade dos serviços contratados, sem impor restrição desproporcional à competitividade.

9.8.2.5. A exigência mostra-se proporcional ao valor estimado da contratação, ao prazo de vigência contratual, à possibilidade de execução simultânea de campanhas e ações publicitárias e à

responsabilidade da agência pela coordenação técnica, operacional e documental das despesas de produção, veiculação e serviços especializados, observados os limites previstos nas legislações.

9.9. A **qualificação técnica** será comprovada mediante a apresentação dos seguintes documentos:

9.9.1. 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.

9.9.1.1. 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.

9.9.1.2. Para fins de comprovação da similaridade prevista no item 9.9.1, 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.

9.9.1.3. Considerando a natureza integrada dos serviços publicitários, os atestados deverão demonstrar a execução conjunta das atividades descritas no item 9.9.1.2 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.

9.9.1.4. A vedação prevista no item 9.9.1.3 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.

9.9.1.5. 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.

9.9.2. Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como certificadora das condições técnicas de funcionamento de agências de propaganda, nos termos do §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

9.9.2.1. o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

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

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

9.10.1. 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 de habilitação.

9.10.1.1. 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.



9.11. 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.

9.11.1. Para fins do disposto no item 9.11, admite-se, dentre outras hipóteses:

9.11.2. a atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de apresentação;

9.11.3. a complementação de informações constantes de documentos já apresentados;

9.11.4. a apresentação de documentos de natureza declaratória ou de fé pública.

9.12. 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.

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

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

9.13. 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.

9.13.1. 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.

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

9.14. 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.

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

9.16. 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).

9.17. 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:

9.17.1. identidade dos sócios;

9.17.2. atuação no mesmo ramo de atividades;

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

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

9.17.5. identidade (ou proximidade) de endereço dos estabelecimentos;

9.17.6. identidade de telefones, e-mails e demais informações de contato.

9.18. 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.

9.19. 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:

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

9.19.2. 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.

9.20. A licitante deverá apresentar, em invólucro específico, toda a documentação e declarações exigidas neste Termo de Referência, conforme disciplina a ser estabelecida no edital.

## 10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em **R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais)**, para os primeiros 12 (doze) meses da execução dos serviços.

## 11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.1. As despesas decorrentes da presente contratação estão programadas em dotação orçamentária própria, prevista no orçamento do Conselho Regional de Medicina do Paraná (CRM-PR) para o exercício de 2026, na classificação abaixo:

**Elemento da Despesa: 6.2.2.1.1.33.90.39.004**

**Centro de Custo: 22.01.02**

## 12. DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1. As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas.

## 13. ANEXO I

Não se aplica.

14. ANEXO II

ANEXO II

TERMO DE CIÊNCIA E CONCORDÂNCIA[A1]

Por meio deste instrumento, ..... (*identificar o Contratado*) declara que está ciente e concorda com as disposições e obrigações previstas no *Edital*, no Termo de Referência e nos demais anexos a que se refere a *Concorrência Presencial* nº...../20....., bem como que se responsabiliza, sob as penas da Lei, pela veracidade e legitimidade das informações e documentos apresentados durante o processo de contratação.

Local-UF, ..... de ..... de 20.... .

\_\_\_\_\_  
(Nome *e Cargo do Representante Legal*)

15. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NIVEA TERUMI MIYAKAWA

Coordenadora do Departamento de Comunicação



Assinou eletronicamente em 12/06/2026 às 12:19:36.