

AGÊNCIA DE ASSUNTOS METROPOLITANOS DO PARANÁ – AMEP
CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº 03/2026/AMEP - 38/2026/GMS – 90038/2026/PNCP

Em atenção ao pedido de esclarecimento formulado por **ALL SPACE PROPAGANDA E MARKETING LTDA, CNPJ 54.219.084/0001-88**, em face do Edital da Concorrência Eletrônica nº 03/2026/AMEP - 38/2026/GMS – 90038/2026/PNCP, cujo objeto é a “**Concessão onerosa de uso de espaços publicitários na frota integrante do Sistema de Transporte Coletivo de Passageiros na Região Metropolitana de Curitiba, conforme condições e exigências do Termo de Referência**”, esse Agente de Contratação manifesta-se nos seguintes termos.

QUESTIONAMENTOS:

Do Atestado de Visita Técnica

1. Inicialmente, esclareça se o Atestado de Visita Técnica, expedido pela Departamento de Transporte Intermunicipal Metropolitano da AMEP, à empresa(s) que tiver(em) realizado a visita técnica, em momento anterior a suspensão da sessão pública, que estava inicialmente designada para o dia 21/05/2026, é válido e poderá ser utilizado para o Edital republicado.

Do Edital

2. Com relação ao subitem 5.1.2, das CONDIÇÕES GERAIS DA CONCORRÊNCIA, podemos entender que não se aplica à Concorrência nº 38/2026/GMS, uma vez que no sistema eletrônico, não há a possibilidade de incluir nenhuma descrição, mas sim, apenas e tão somente o percentual?
3. Com relação ao subitem 6.15, das CONDIÇÕES GERAIS DA CONCORRÊNCIA, podemos entender que oportunidade para ofertar novo lance, é do valor mais ALTO e não do valor mais baixo? E o valor seria crescente, e não decrescente, correto?
4. Com relação ao subitem 7.2.4, das CONDIÇÕES GERAIS DA CONCORRÊNCIA, podemos entender que poderão ofertar lance, na fase FECHADA da concorrência, somente aquelas concorrentes que superarem o valor mínimo sigiloso, mencionado no subitem 2.4, das CONDIÇÕES ESPECÍFICAS DA CONCORRÊNCIA?

Do Termo de Referência

5. Com relação a ordem de chegada dos pedidos, quais sejam, as Autorizações de Publicidade e Propaganda – APPs, prevista no subitem 1.5.18, se a CONCESSIONÁRIA,

terá exclusividade na exploração publicitária, porque a previsão de ordem de chegada para emissão das APPs?

6. Considerando que o subitem 1.5.15, afirma que os ANTEPAROS, serão geradores de receita para a CONCESSIONÁRIA, mas o subitem 6.10.3. dispõe que “Quando se tratar dos anteparos, fica exclusivamente reservado para realização de campanhas informativas e de utilidade pública, veiculadas ou autorizadas pela AMEP.”, se faz necessário que seja esclarecido se os ANTEPAROS poderão ou não ser explorados pela CONCESSIONÁRIA, pois isso impacta na elaboração da proposta.
7. Com relação ao subitem 1.5.20, qual é o “Regulamento”, para fins de que se possa permitir a avaliação de seu conteúdo, pela Diretoria de Transporte Intermunicipal Metropolitano da AMEP. a) A AMEP irá regular o teor do layout e com regulamento externo e não previsto no Edital e Anexos? b) O regramento já não está previsto no próprio Termo de Referência? c) O Termo de Referência já não traz vedação de publicidade, a exemplo do subitem 1.5.16? d) Como não foi disponibilizado o “Regulamento”, do que se trata ele?
8. Com relação ao item 3, o TR identifica os ativos publicitários disponíveis, mas não demonstra a metodologia utilizada para valorar economicamente cada modalidade de exploração nem sua repercussão na estimativa da receita da concessão. Nosso entendimento está correto?
9. Com relação ao subitem 3.2, no trecho “...além do pagamento da receita devida à AMEP, que deverá ser contabilizada e informada de forma clara e transparente.”, se refere ao dever da AMEP em segregar a receita ou exigirá da CONCESSIONÁRIA um CNPJ apartado, o que só seria possível se fosse constituída uma Sociedade de Propósito Específico - SPE ou até mesmo uma Sociedade em Conta de Participação - SCP, isto é, para realizar uma contabilidade apartada, somente é possível por meio de uma SPE ou de uma SCP?
10. Com relação ao subitem 6.10 e subitens seguintes, se referem a veiculação de campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública garantida à AMEP e ao Governo do Estado do Paraná, sobre a mídia externa nos ônibus (6.10.1), em 10% (dez por cento) da frota operante do Sistema de Transporte Coletivo de Passageiros na Região Metropolitana de Curitiba e sobre mídia interna nos ônibus (6.10.2), será reservada 10% dos espaços das calhas de iluminação e das sancas, além de 10% das alças e dos back seat. Indaga-se: a) Considerando que tanto o subitem 6.10, quanto o subitem 11.8, garante que não haverá apenas o custo de veiculação, quem irá pagar a produção, instalação e desinstalação, da mídia externa nos ônibus (6.10.1), da mídia interna nos ônibus (6.10.2), esse custo será da AMEP e do Governo do Estado do Paraná. Como

isso impacta na formulação da proposta, informe se nosso entendimento está correto?
a.1) Na remota hipótese do custo ser da CONCESSIONÁRIA, o instrumento convocatório deverá ser republicado, garantindo-se o mesmo prazo originalmente previsto para a formulação das propostas, com amparo no art. 55, § 1º, da Lei nº 14.133/2021.

11. O subitem 6.14, estabelece que será de inteira responsabilidade CONCESSIONÁRIA, a retirada das peças, porém, em razão do disposto no subitem 6.10 e subitens seguintes, não se aplica às campanhas institucionais da AMEP e do Governo do Estado do Paraná, pois a responsabilidade de ambas é não da CONCESSIONÁRIA. O nosso entendimento está correto?
12. Dentre as obrigações da AMEP, solicitamos seja esclarecido quanto ao subitem 8.1.14:
a) Qual percentual é exceção? Quem poderá utilizar esse percentual? a.1) A exceção mencionada no subitem 8.1.14, sem prejuízo de sequer estar estabelecido qual percentual, fere a exclusividade absoluta da CONCESSIONÁRIA, sendo o esclarecimento desse ponto, essencial para a formulação da proposta. b) Qual é o ato administrativo normativo regulador da atividade?
13. No subitem 19.5, podemos entender que “inventário publicitário estimado para o objeto da contratação”, se refere a FROTA TOTAL de 944 veículos, previsto no subitem 1.2, do Termo de Referência?
14. Nos subitens 20.1.14 e 20.1.15, no capítulo de LGPD, que não é o adequado para a disposição a seguir, ao vedar a utilização das áreas/pontos de publicidade pertencentes ao futuro contrato e bonificação a outros contratos celebrados entre o CONCESSIONÁRIO e outras empresas/terceiros, a AMEP adentra na política comercial da futura CONCESSIONÁRIA, prejudicando-a, pois a degustação de áreas, por meio de bonificação, é uma estratégia comercial. Assim, indaga-se: a) A AMEP irá vedar a estratégia comercial de captação de anunciantes e/ou agências de publicidade da CONCESSIONÁRIA? b) A AMEP vai se arrogar o direito de determinar o preço de venda da CONCESSIONÁRIA? c) Considerando que o modelo da concessão transfere à CONCESSIONÁRIA o risco da exploração publicitária, mediante pagamento de percentual, podemos entender que a vedação se destina a impedir a omissão, a simulação ou a falsificação dos valores efetivamente praticados, preservando-se à CONCESSIONÁRIA a definição de sua política comercial e de preços, de acordo com critérios objetivos de mercado, como volume contratado, recorrência, prazo, perfil do anunciante e condições de pagamento?

Requerimento Final

15. Ante o exposto, requer sejam os esclarecidos os pontos suscitados, em tempo hábil, e, em havendo qualquer alteração, que altere a formulação das propostas, que se republique o Edital, garantindo-se o mesmo prazo originalmente previsto para a formulação das propostas, com fulcro no art. 55, § 1º, da Lei nº 14.133/2021.

RESPOSTAS:

Prezados,

Em atenção aos questionamentos registrados por ALL SPACE PROPAGANDA E MARKETING LTDA, em 30 (trinta) de julho de 2026 no Portal de Compras do Estado do Paraná (Mov. 114), este Agente de Contratação esclarece que:

- 1) Sim, permanece válido. O Atestado de Visita Técnica expedido antes da suspensão do certame poderá ser utilizado para a sessão republicada, uma vez que o objeto vistoriado (a frota de veículos) não sofreu alterações que justificassem a realização de novo reconhecimento local por parte dos licitantes.
- 2) Esclarece-se que a exigência do subitem 5.1.2 aplica-se à Concorrência nº 38/2026/GMS, contudo em momento processual específico. Na etapa inicial de cadastramento e na fase de lances, o sistema eletrônico permite apenas o preenchimento da proposta de percentual de retorno sobre o faturamento bruto mensal pela exploração dos espaços publicitários. Contudo, após o encerramento da etapa de disputa, o licitante que tiver ofertado a melhor proposta será convocado a encaminhar a sua proposta comercial readequada, oportunidade na qual deverá detalhar as informações requeridas nos subitens 5.1.2 a 5.5 das Condições Gerais da Concorrência.
- 3) O entendimento está correto. Na Concorrência sob a modalidade de maior oferta / valor de retorno, os lances subsequentes devem ser obrigatoriamente **MAIS ALTOS** aos já registrados. O sistema eletrônico ordenará automaticamente a classificação dos licitantes de forma decrescente, declarando vencedor o licitante que ofertar o maior percentual de repasse.
- 4) O entendimento não está correto. A seleção dos licitantes aptos a ofertar lances na fase FECHADA ocorre de forma estritamente automatizada pelo sistema Compras.gov.br, pautado pelas normas federais regentes, inexistindo

discrecionalidade do Agente de Contratação ou travamento prévio motivado pelo valor mínimo sigiloso. Na etapa fechada, o sistema convoca automaticamente os licitantes que apresentaram as melhores ofertas percentuais, assegurando a participação de no mínimo os 03 (três) licitantes melhores classificados, independentemente das propostas ofertadas por estes já atingirem ou não o valor de referência sigiloso. A verificação de adequação ao percentual de retorno mínimo, previsto no subitem 7.2.4 das Condições Específicas, e a eventual desclassificação dos licitantes ocorrerão exclusivamente ao término da etapa de disputa e exaurida a fase de negociação direta.

Os demais questionamentos, relacionados ao Termo de Referência, foram encaminhados para análise e posicionamento da Equipe de Planejamento da Licitação, conforme Portaria AMEP nº 77/2025. Nesse sentido, acolho integralmente o entendimento da Equipe de Planejamento, presentes na Informação 04/2026/PLANPUB/AMEP (Mov. 116). Desta forma, esclareço que:

- 5) Não há incompatibilidade entre a exclusividade da exploração econômica e a necessidade de emissão de APP pela AMEP, sendo a ordem cronológica constitui mero procedimento administrativo de organização, gestão e fiscalização contratual, assim como rastreabilidade e controle da exploração publicitária, não restringindo nem mitigando a exclusividade assegurada à futura concessionária.

Conforme previsto no Termo de Referência, toda campanha publicitária dependerá de emissão de Autorização de Publicidade e Propaganda – APP, expedida pela Diretoria de Transporte Intermunicipal Metropolitano da AMEP, responsável pelo controle administrativo da utilização dos espaços, análise dos layouts, verificação do atendimento às restrições legais e acompanhamento dos prazos de veiculação. Nesse contexto, a referência à ordem de chegada dos pedidos não representa mecanismo de concorrência entre diferentes exploradores econômicos, tampouco relativiza a exclusividade da concessionária. A ordem cronológica possui finalidade eminentemente administrativa, destinando-se a organizar o fluxo interno de análise das solicitações encaminhadas pela própria concessionária, permitindo adequada gestão das campanhas, controle dos espaços disponíveis, fiscalização da utilização da frota e emissão das respectivas autorizações.

Assim, a exclusividade contratual refere-se ao direito de exploração econômica perante terceiros, enquanto a APP constitui instrumento de exercício do poder regulatório e fiscalizatório da Administração Pública, inerente ao regime jurídico das concessões.

- 6) Os anteparos permanecem integrantes do objeto da concessão e poderão ser explorados economicamente pela concessionária, observada a reserva institucional prevista no Termo de Referência para campanhas oficiais da AMEP e do Estado, condição previamente estabelecida no edital e comum a todos os licitantes.

O item 1.5.15 do Termo de Referência identifica os anteparos dentre os ativos integrantes do inventário publicitário passível de exploração econômica pela futura concessionária. Por sua vez, a previsão constante do item 6.10.3 estabelece hipótese específica de reserva institucional destinada ao atendimento do interesse público, garantindo à AMEP a utilização desses espaços para campanhas informativas, educativas ou de utilidade pública. Essa reserva não descaracteriza a exploração econômica do ativo nem afasta a exclusividade da concessionária, constituindo limitação previamente conhecida, objetiva e expressamente prevista no próprio instrumento convocatório, integrando as condições originalmente submetidas à competição entre os licitantes.

Assim, a exploração econômica dos anteparos deverá observar a reserva institucional expressamente prevista no Termo de Referência, circunstância que integra as regras da licitação e deverá ser considerada por todos os licitantes na avaliação econômico-financeira do empreendimento.

- 7) O Regulamento se trata da Portaria Amep nº 60/2026. Recomenda-se que os licitantes também se atentem à subcláusula 9.1.5 da minuta contratual anexa ao Edital.

- 8) O entendimento apresentado não procede. Os elementos constantes do Edital e do Termo de Referência são suficientes para a formulação das propostas, competindo aos licitantes realizar suas próprias avaliações econômicas acerca da exploração comercial dos espaços concedidos.

O Termo de Referência identifica os ativos integrantes da concessão, descreve o objeto, estabelece o modelo de exploração, o inventário publicitário disponível e apresenta a estimativa de faturamento utilizada para a definição do valor de referência da contratação.

Todavia, a metodologia utilizada para a formação da estimativa econômica integra os estudos técnicos que fundamentaram a modelagem da concessão, especialmente o Estudo Técnico Preliminar, as pesquisas mercadológicas realizadas pela Administração e os elementos que compõem o orçamento da contratação, os quais subsidiaram a definição do valor estimado do faturamento mensal da concessão.

Importa observar que o presente certame adota o critério de julgamento de maior oferta pela outorga, sendo que o valor estimado constante do Edital possui natureza meramente referencial para a modelagem da contratação, cabendo aos licitantes elaborarem suas próprias análises de mercado e projeções de receita, assumindo os riscos ordinários inerentes ao negócio.

- 9) O entendimento não procede. O Termo de Referência não exige constituição de SPE, SCP ou CNPJ específico, limitando-se a exigir que a receita decorrente da exploração da concessão possa ser corretamente identificada, contabilizada e fiscalizada pela Administração.

A previsão constante do item 3.2 do Termo de Referência deve ser interpretada em conjunto com as obrigações de prestação de contas, fiscalização contratual e transparência inerentes ao contrato de concessão.

A expressão "contabilizada e informada de forma clara e transparente" refere-se exclusivamente ao dever da concessionária de manter registros contábeis e financeiros suficientes para demonstrar a correta apuração da receita bruta obtida com a exploração dos espaços publicitários, permitindo à Administração exercer adequadamente suas competências de fiscalização, auditoria e verificação dos valores devidos a título de outorga.

- 10) O custo de veiculação das campanhas institucionais não será objeto de cobrança pela concessionária, conforme previsto no Termo de Referência. Quanto aos custos de produção do material publicitário, inexistindo previsão expressa em sentido contrário no Edital, não se presume sua transferência à concessionária, razão pela qual não há qualquer modificação das condições originalmente submetidas à competição nem hipótese de republicação do Edital.

- 11) A responsabilidade prevista no item 6.14 deve ser interpretada em conjunto com as disposições específicas referentes às campanhas institucionais, observando-se a distribuição de responsabilidades expressamente prevista nos documentos da licitação, ou seja, a obrigação atribuída à concessionária refere-se, em regra, às peças publicitárias cuja instalação e exploração decorram da execução ordinária da concessão, compreendendo o adequado gerenciamento operacional da publicidade veiculada durante a vigência contratual. Entretanto, as campanhas institucionais previstas no item 6.10 possuem disciplina própria, destinando-se ao atendimento do

interesse público e observando condições específicas estabelecidas pelo instrumento convocatório.

- 12)** A exclusividade assegurada à futura concessionária permanece íntegra dentro dos limites definidos pelo Edital e compreende a exploração econômica dos espaços publicitários integrantes do objeto da concessão, observadas as reservas, limitações e hipóteses expressamente previstas nos documentos que compõem o procedimento licitatório.

Quanto ao percentual referido no item 8.1.14, este corresponde exclusivamente às hipóteses expressamente previstas no instrumento convocatório, não existindo autorização para utilização de espaços por terceiros fora das situações disciplinadas no próprio Edital e no Contrato. Da mesma forma, a utilização dos espaços eventualmente reservados restringe-se às finalidades institucionais ou às hipóteses expressamente autorizadas pela Administração, sempre em observância ao interesse público e aos limites estabelecidos no instrumento convocatório. Item b) já respondido.

- 13)** O entendimento está correto. O inventário publicitário estimado toma como base a frota indicada no item 1.2 do Termo de Referência, atualmente composta por 944 veículos, observadas as oscilações operacionais previstas na modelagem contratual.

- 14)** A presente concessão transfere à futura concessionária a exploração econômica dos espaços publicitários integrantes do Sistema de Transporte Coletivo de Passageiros da Região Metropolitana de Curitiba, assumindo esta os riscos ordinários inerentes à atividade empresarial. Nesse contexto, compete exclusivamente à concessionária definir sua estratégia comercial, prospectar anunciantes, negociar contratos, estabelecer políticas de descontos, condições comerciais, formas de pagamento, campanhas promocionais e demais instrumentos legítimos de gestão empresarial, observadas as disposições constantes do Edital, do Contrato e da legislação aplicável. Não constitui finalidade da AMEP interferir na autonomia empresarial da futura concessionária nem estabelecer tabelas de preços, valores mínimos, valores máximos ou critérios comerciais para contratação de anunciantes.

A vedação prevista nos subitens 20.1.14 e 20.1.15 possui finalidade distinta. Seu objetivo consiste em preservar a adequada apuração da receita decorrente da exploração da concessão, impedindo que ativos integrantes do objeto contratual sejam utilizados de forma a inviabilizar ou dificultar a correta identificação das receitas efetivamente obtidas, circunstância indispensável ao cálculo da remuneração devida

ao Poder Concedente, ao exercício da fiscalização contratual e à observância dos princípios da transparência, da boa-fé objetiva e da prestação de contas.

Assim, a vedação não impede a adoção de estratégias comerciais legítimas pela concessionária, tampouco restringe sua liberdade de negociação com anunciantes ou agências de publicidade. O que se busca evitar é a utilização de mecanismos negociais que possam descaracterizar a receita efetivamente auferida pela exploração dos ativos concedidos, comprometendo a correta execução do contrato e a fiscalização da remuneração variável devida à Administração.

Tido isso, especificamente quanto às indagações, temos: a) Não. A AMEP não pretende restringir ou definir a estratégia comercial da futura concessionária, permanecendo assegurada sua autonomia para prospecção de clientes, negociação contratual e definição das condições comerciais; b) Não. A Administração não estabelecerá preços de venda dos espaços publicitários, competindo à concessionária definir sua política de preços segundo critérios de mercado; e c) Sim. A vedação constante dos subitens 20.1.14 e 20.1.15 objetiva preservar a transparência da execução contratual, impedindo práticas que dificultem ou inviabilizem a correta identificação da receita efetivamente obtida com a exploração dos ativos concedidos, sem afastar a liberdade empresarial da concessionária para definir sua política comercial.

Diante de todo o exposto, e com base nas fundamentações supramencionadas, **mantém-se as condições dispostas no Edital da Concorrência nº 03/2026/AMEP - 38/2026/GMS – 90038/2026/PNCP em seus exatos e integrais termos**, ficando ratificadas todas as suas disposições e a data designada para a realização da sessão pública.

Curitiba/PR, *datado e assinado digitalmente.*

Francielli Hang Telli
Agente de Contratação

Documento: **01_Questionamentos_07_2026.pdf**.

Assinatura Avançada realizada por: **Francielli Hang Telli (XXX.003.419-XX)** em 04/08/2026 09:36 Local: AMEP/UTLC.

Inserido ao protocolo **25.095.818-8** por: **Francielli Hang Telli** em: 04/08/2026 09:35.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: