

**ETP – ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**

01	Objeto	<p>Contratação de agência de propaganda, para prestação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.</p>
02	Descrição da necessidade:	<p>A Administração Pública identifica a necessidade de contratar uma agência de propaganda para atender à demanda por serviços de publicidade que assegurem a comunicação institucional de forma integrada, estratégica e eficiente. Essa contratação visa garantir o desenvolvimento e a execução de campanhas publicitárias que contemplem todas as etapas do processo comunicacional — desde o estudo e planejamento, passando pela conceituação e criação, até a execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição do conteúdo junto aos veículos e demais meios de divulgação.</p> <p>O objetivo é fortalecer a imagem institucional, ampliar o alcance das ações governamentais e garantir que as mensagens cheguem ao público-alvo com clareza, qualidade técnica e adequação aos diferentes canais de mídia, atendendo aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.</p> <p><b><u>A licitante deverá prestar mensalmente:</u></b></p> <p>Até 03 campanhas publicitárias mensais completas, com peças para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● TV</li> <li>● Rádio</li> <li>● Redes sociais</li> <li>● Jornais</li> <li>● Outdoor</li> <li>● Meios físicos e digitais</li> <li>● Até 20 peças gráficas diversas por mês, como: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Folders</li> <li>● Cartazes</li> <li>● Cards</li> <li>● Banners</li> <li>● Faixas, entre outros</li> </ul> </li> <li>● Até 02 vídeos institucionais ou informativos por mês, com até 60 segundos cada.</li> <li>● Até 02 reuniões mensais de planejamento e acompanhamento estratégico.</li> <li>● Relatório de desempenho mensal, com: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Descrição das campanhas realizadas</li> <li>● Peças executadas</li> <li>● Resultados obtidos</li> <li>● Recomendações</li> </ul> </li> <li>● Participação em ações institucionais ou eventos, desde que previamente previstas no Plano de Comunicação aprovado.</li> </ul> <p>Planejamento e execução de serviços de publicidade, incluindo:</p>



		<ul style="list-style-type: none"><li>● Estudo e planejamento de campanhas</li><li>● Criação e concepção de peças</li><li>● Produção gráfica e técnica</li><li>● Compra e simulação de mídia</li><li>● Controle de veiculação</li><li>● Supervisão da execução externa</li></ul> <p><b>Acompanhamento, manutenção e assistência técnica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Atendimento contínuo às demandas solicitadas pela Administração, respeitando os prazos definidos para cada serviço;</li><li>● Ajustes e adaptações de peças sempre que necessário, sem ônus adicional;</li><li>● Suporte técnico para adaptação de formatos e adequação a diferentes mídias;</li><li>● Disponibilização de equipe técnica qualificada para reuniões, apresentações e alinhamentos, presenciais ou virtuais;</li><li>● Fornecimento de indicadores qualitativos e quantitativos de desempenho das ações realizadas.</li></ul>
03	Lista de áreas requisitantes que solicitaram a contratação	Secretaria Municipal de Planejamento e Administração
04	Compatibilidade com o PAC (Plano Anual de Contratações)	Não existe plano anual de contratação no ano de 2025.
05	Requisitos da contratação	<p><b>Qualificação legal e técnica</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Ser agência de propaganda regularmente constituída e em funcionamento, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.</li><li>● Possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP e comprovação de filiação ao SINAPRO.</li><li>● Apresentar declaração de experiência na prestação de serviços compatíveis com o objeto, emitida por pessoa jurídica de direito público ou privado.</li></ul> <p><b>Escopo dos serviços</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de peças publicitárias.</li><li>● Elaboração de <b>Plano de Comunicação Publicitária</b> contendo:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Raciocínio básico;</li><li>b) Estratégia de comunicação publicitária;</li><li>c) Ideia criativa;</li><li>d) Estratégia de mídia e não mídia.</li></ol></li></ul>



- Criação e desenvolvimento de campanhas que atendam aos objetivos de caráter educativo, informativo ou de orientação social, vedada a promoção pessoal de autoridades ou partidos políticos.

#### **Capacidade operacional**

- Dispor de equipe técnica qualificada e em número suficiente para atender às demandas, incluindo profissionais das áreas de planejamento, criação (online e offline), mídia, produção gráfica, audiovisual e atendimento.
- Possuir estrutura física e recursos materiais adequados, incluindo parque tecnológico compatível com as atividades a serem executadas.
- Apresentar sistemática de atendimento que assegure agilidade, qualidade e resposta adequada a demandas emergenciais.

#### **Produção e execução**

- Capacidade de produção de peças e materiais para diferentes mídias (impressa, audiovisual, digital, eventos e não mídia).
- Gestão e intermediação de contratação de veículos e fornecedores especializados, assegurando economicidade e eficiência.
- Cumprimento de prazos e padrões técnicos definidos no contrato e no briefing.

#### **Controle e acompanhamento**

- Fornecimento de informações e relatórios periódicos sobre execução de campanhas, pesquisas de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, sem ônus adicional para a Administração.
- Garantia de conformidade das peças com as normas legais, éticas e regulatórias vigentes.

#### **Forma de execução contratual**

- Execução indireta sob regime de empreitada por preço unitário, conforme demanda e planejamento estabelecidos pela Prefeitura Municipal.

#### **Prazo de Entrega:**

A execução dos serviços objeto desta contratação será contínua, pelo prazo de **12 (doze) meses**, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado conforme legislação vigente.

As demandas serão atendidas **sob solicitação da Prefeitura Municipal**, observando-se os prazos específicos estabelecidos no plano de trabalho ou no briefing fornecido para cada campanha ou peça publicitária.

A agência contratada deverá:

- Entregar as peças e materiais no prazo pactuado em cada solicitação, de acordo com a complexidade e a natureza do serviço;



- Atender a solicitações emergenciais ou de caráter urgente com prioridade, garantindo resposta e entrega ágil;
- Cumprir o cronograma definido pela Administração Municipal para campanhas institucionais e ações específicas, sem prejuízo à qualidade e conformidade técnica das entregas.

**Demais requisitos:**

**a) Vedação à subcontratação de outras agências de propaganda**

- A agência contratada deverá executar integralmente o objeto, sendo vedada a subcontratação de outra agência para atividades de sua competência.

**b) Observância ao caráter institucional da comunicação**

- Todas as peças e campanhas deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo proibida qualquer forma de promoção pessoal de autoridades, servidores públicos ou partidos políticos, nos termos da legislação vigente.

**c) Participação e credenciamento conforme edital**

- Atender rigorosamente às exigências de apresentação das propostas técnicas e de preços, respeitando a forma de invólucros e o sigilo de autoria das peças, conforme a Lei nº 12.232/2010.

**d) Compliance com legislações aplicáveis**

- Atender integralmente às disposições da Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 4.680/1965, bem como demais normas federais, estaduais e municipais pertinentes.

**e) Disponibilidade para reuniões e acompanhamento**

- Manter disponibilidade para reuniões presenciais ou virtuais com a Administração Municipal, sempre que solicitado, para alinhamento de campanhas, ajustes de peças e acompanhamento da execução.

**f) Apresentação de relatórios de resultados**

- Elaborar e apresentar relatórios de execução e resultados das campanhas e ações realizadas, contendo indicadores qualitativos e quantitativos, incluindo comprovação de veiculações e inserções.

**g) A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada por servidor ou comissão designada pela Administração, que verificará o cumprimento das obrigações assumidas com base nos relatórios técnicos, cronogramas e evidências documentais. A fiscalização**



		<p>deverá manter registro formal das entregas, visitas e demais ocorrências pertinentes à execução contratual.</p> <p><b>h)</b> O pagamento pelos serviços será efetuado até o quinto dia útil do mês subsequente ao da constatação da prestação dos serviços, mediante a apresentação da nota fiscal correspondente, desde que devidamente atestada pelo Fiscal do Contrato, o qual confirmará a conformidade da execução com as obrigações contratuais.</p>			
06	Quantidade estimada da contratação	<b>Item</b>	<b>Material Especificado</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unid.</b>
		01	Agência de Propaganda, para prestação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.	12	Meses
07	Levantamento de mercado	<p>A fim de identificar a melhor solução para atender à demanda da Administração quanto à necessidade de desenvolvimento e execução de campanhas publicitárias, analisou-se as seguintes alternativas:</p> <p><b>a) Execução direta pela Administração</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Vantagens: Redução de custos com honorários de agência; maior controle interno sobre as ações.</li> <li>● Desvantagens: Ausência de equipe técnica especializada e estrutura própria para concepção, produção e distribuição de campanhas; necessidade de aquisição de softwares e equipamentos; inviabilidade operacional pela complexidade das demandas.</li> <li>● Conclusão: Alternativa inviável, considerando a natureza técnica e criativa das atividades, que requer equipe multidisciplinar qualificada.</li> </ul> <p><b>b) Contratação de fornecedores individuais por demanda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Vantagens: Possibilidade de selecionar fornecedores específicos para cada tipo de serviço (design, produção gráfica, mídia, etc.).</li> <li>● Desvantagens: Fragmentação do processo de comunicação; aumento da carga administrativa; perda de integração entre criação, mídia e produção; risco de inconsistência na identidade visual e na estratégia institucional.</li> <li>● Conclusão: Alternativa pouco eficiente e economicamente desvantajosa, gerando retrabalho e custos adicionais.</li> </ul> <p><b>c) Contratação de agência de publicidade mediante licitação específica (Lei nº 12.232/2010)</b></p>			



- Vantagens: Solução integrada e coordenada por equipe especializada; atendimento completo desde o planejamento até a veiculação; maior eficiência no uso dos recursos de mídia; cumprimento das exigências legais específicas para publicidade oficial; garantia de qualidade técnica por meio da avaliação de propostas em critérios de técnica e preço.
- Desvantagens: Processo licitatório mais complexo e com etapas técnicas específicas.
- Conclusão: Alternativa mais adequada e eficiente, que assegura qualidade, economicidade e conformidade legal.

Tecnicamente, a contratação de agência de publicidade, na forma estabelecida pela Lei nº 12.232/2010, é a solução mais adequada para garantir a integração de todas as etapas do processo comunicacional, a padronização da identidade institucional, a eficiência no planejamento e a execução de campanhas, além de permitir avaliação técnica e qualitativa das propostas.

Economicamente, a contratação de uma agência única proporciona economia de escala na negociação com veículos e fornecedores, melhor aproveitamento do orçamento de mídia, redução de retrabalhos e otimização de recursos humanos e materiais. A modalidade de julgamento por técnica e preço assegura a escolha de uma proposta economicamente vantajosa e tecnicamente qualificada, evitando desperdícios e maximizando os resultados das campanhas.

Diante da análise das alternativas, conclui-se que a contratação de agência de publicidade por meio de licitação específica, observando os dispositivos da Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/2021, é a solução que melhor atende às necessidades técnicas, legais e econômicas do Município de Sananduva, garantindo eficiência, qualidade e conformidade normativa.

08	Estimativa de valor (baseado na cotação de preços a ser realizada – média, mediana ou menor valor)	ITEM	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	Orçamento 1	Orçamento 2	Orçamento 3
		01	Contratação de Agência de Propaganda, para prestação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integradamente e que tenham por objetivo o estudo, o	R\$ 9.800,00 mensal  R\$ 117.600,00 anual	R\$ 360.000,00 global	R\$ 500.000,00 anual



	planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.			
<p><b>Com base nos orçamentos obtidos pela Administração, foi possível estabelecer o valor de referência para a contratação dos serviços em R\$ 9.800,00 (nove mil e oitocentos reais) mensais, menor valor apurado a partir da cotação de preço realizada. Assim, considerando o período de 12 (doze) meses, o montante total estimado para a contratação é de R\$ 117.600,00 (cento e dezessete mil e seiscentos reais). Os orçamentos que fundamentam a definição do valor de referência integram o presente Estudo Técnico Preliminar como parte de sua documentação de suporte.</b></p> <p><b>A contratação de agência de propaganda mostra-se necessária diante da relevância da comunicação institucional e da publicidade como instrumentos de transparência, informação e promoção das ações desenvolvidas pela Administração Pública.</b></p> <p><b>Conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, os serviços publicitários abrangem atividades que exigem atuação integrada, envolvendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de mensagens aos diversos veículos e meios de divulgação. Trata-se, portanto, de uma atividade especializada, que demanda conhecimento técnico e estratégico para garantir eficiência, legalidade e impacto positivo junto à sociedade.</b></p> <p><b>No âmbito da gestão pública, a publicidade institucional não se restringe à mera divulgação de atos administrativos, mas desempenha papel fundamental na promoção de campanhas educativas, informativas e de orientação social em áreas como saúde, educação, cultura, meio ambiente, assistência social, obras públicas, entre outras. Tais campanhas permitem ampliar a participação cidadã, fortalecer a imagem institucional e assegurar que a população tenha pleno conhecimento dos serviços disponíveis, das políticas públicas implementadas e de seus direitos.</b></p>				

		<p><b>Além disso, a contratação por meio de agência profissional garante maior qualidade, padronização e controle das ações de comunicação, evitando improvisações e assegurando que a linguagem, o alcance e os meios escolhidos sejam compatíveis com os objetivos da Administração e com as boas práticas de publicidade governamental.</b></p> <p><b>Portanto, a contratação da agência de propaganda justifica-se como medida indispensável para assegurar eficiência comunicacional, transparência administrativa e fortalecimento do vínculo entre a Administração Pública e a sociedade, atendendo às disposições legais e aos princípios da administração pública previstos no art. 37 da Constituição Federal.</b></p>
11	Descrição da solução	<p>A solução a ser contratada consiste na prestação de serviços integrados de publicidade e propaganda por agência especializada, capaz de atender de forma contínua e estratégica às demandas de comunicação institucional do Município de Sananduva.</p> <p>A agência deverá desenvolver todas as etapas do processo comunicacional, contemplando:</p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Planejamento e concepção</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Elaboração de diagnósticos e estratégias de comunicação publicitária, alinhadas aos objetivos institucionais.</li><li>● Criação de conceitos e ideias criativas, adaptáveis a diferentes meios e públicos-alvo.</li></ul></li><li><b>2. Criação e produção</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Desenvolvimento de peças publicitárias para mídia impressa, digital, audiovisual, rádio, eventos e mídias alternativas.</li><li>● Produção e execução técnica de peças e materiais de comunicação, respeitando padrões de qualidade e identidade visual do Município.</li></ul></li><li><b>3. Distribuição e veiculação</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Planejamento e execução de estratégias de mídia e não mídia, garantindo economicidade e alcance das ações.</li><li>● Intermediação e contratação de veículos e fornecedores especializados, quando necessário, assegurando o melhor custo-benefício.</li></ul></li><li><b>4. Padrões e conformidade</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Observância aos dispositivos legais pertinentes, incluindo a Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021 e Lei nº 4.680/1965.</li></ul></li></ol>

- Atendimento às diretrizes éticas e vedação à promoção pessoal de autoridades, servidores ou partidos políticos.

**Escopo mensal mínimo:**

- **No mínimo 03 (três) campanhas publicitárias completas por mês, com peças para:**
  - TV
  - Rádio
  - Redes sociais
  - Jornais
  - Outdoor
  - Meios físicos e digitais
- **No mínimo 20 (vinte) peças gráficas diversas por mês, como:**
  - Folders
  - Cartazes
  - Cards
  - Banners
  - Faixas, entre outros
- **No mínimo 02 (dois) vídeos institucionais ou informativos por mês, com duração de até 60 segundos cada.**
- **No mínimo 02 (duas) reuniões mensais de planejamento e acompanhamento estratégico.**
- **A licitante deverá apresentar relatório de desempenho mensal, contendo:**
  - Descrição das campanhas realizadas;
  - Peças executadas;
  - Resultados obtidos;
  - Recomendações.
- **Participação em ações institucionais ou eventos, desde que previamente previstas no Plano de Comunicação aprovado.**

**Atividades técnicas incluídas:**

- Estudo e planejamento de campanhas publicitárias;
- Criação e concepção de peças;
- Produção gráfica e técnica;
- Compra e simulação de mídia;
- Controle e comprovação de veiculação;
- Supervisão da execução externa.

**Acompanhamento, manutenção e assistência técnica:**

- Atendimento contínuo às demandas solicitadas pela Administração, respeitando os prazos definidos para cada serviço;

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ajustes e adaptações de peças sempre que necessário, sem ônus adicional;</li> <li>● Suporte técnico para adaptação de formatos e adequação a diferentes mídias;</li> <li>● Disponibilização de equipe técnica qualificada para reuniões, apresentações e alinhamentos, presenciais ou virtuais;</li> <li>● Fornecimento de indicadores qualitativos e quantitativos de desempenho das ações realizadas.</li> </ul> <p>A solução garante a integração de todas as fases da comunicação institucional, assegurando coerência na identidade visual, eficiência no uso de recursos, qualidade técnica e conformidade legal, conforme as Leis nº 12.232/2010, nº 14.133/2021 e nº 4.680/1965, bem como demais normas aplicáveis.</p>
10	Parcelamento da contratação	<p>Opta-se pela não divisão em lotes ou itens em razão da natureza do serviço, que exige integração e coerência estratégica entre todas as etapas e formatos de comunicação. O fracionamento do objeto poderia resultar em:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Perda de unidade conceitual e visual entre peças e campanhas;</li> <li>● Dificuldades operacionais na coordenação de fornecedores distintos, comprometendo prazos e qualidade;</li> <li>● Risco de aumento de custos pela perda de economia de escala na negociação de mídia e na produção;</li> <li>● Redução da efetividade da comunicação institucional, pela ausência de planejamento centralizado e visão integrada.</li> </ul> <p>A execução por agência única assegura padronização da identidade visual, mensagens alinhadas e eficiência no uso dos recursos públicos, em consonância com o art. 8º, §1º da Lei nº 12.232/2010, que prevê a contratação de uma única agência para a execução dos serviços de publicidade, garantindo a unidade do planejamento e da criação.</p>
11	Resultados esperados e providências a serem tomadas caso haja intercorrências	<p><b>RESULTADOS ESPERADOS</b></p> <p>A contratação deverá gerar resultados que assegurem eficiência, qualidade técnica e conformidade legal na comunicação institucional do Município de Sananduva, destacando-se:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Integração da comunicação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Garantir unidade conceitual e visual em todas as campanhas e peças, fortalecendo a identidade institucional.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Alcance e efetividade</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ampliar a divulgação das ações, programas e serviços da Prefeitura, atingindo de forma eficaz os públicos-alvo definidos no Plano de Comunicação.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Qualidade técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Produção de peças e campanhas com alto padrão de criatividade, estética e adequação às mídias utilizadas.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Eficiência e economicidade</b></li> </ol>



		<ul style="list-style-type: none"><li>● Otimização do orçamento destinado à publicidade, com uso racional dos recursos e negociação vantajosa junto a veículos e fornecedores.</li></ul> <p><b>5. Transparência e mensuração de resultados</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Apresentação de relatórios mensais contendo peças produzidas, campanhas realizadas, meios utilizados, indicadores quantitativos e qualitativos e recomendações para melhorias.</li></ul> <p><b>PROVIDÊNCIAS A SEREM TOMADAS EM CASO DE INTERCORRÊNCIAS</b></p> <p>Caso ocorram falhas, atrasos ou desconformidades na execução do contrato, deverão ser adotadas as seguintes providências:</p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Notificação formal</b><ul style="list-style-type: none"><li>● A Administração notificará a contratada para correção imediata da falha ou irregularidade identificada, fixando prazo para solução.</li></ul></li><li><b>2. Correções sem ônus adicional</b><ul style="list-style-type: none"><li>● A contratada deverá refazer ou adequar as peças, materiais ou campanhas que não atendam às especificações técnicas, prazos ou qualidade exigida, sem custo adicional para a Administração.</li></ul></li><li><b>3. Registro e acompanhamento</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Todas as ocorrências e providências adotadas serão registradas em relatório de fiscalização do contrato.</li></ul></li><li><b>4. Adoção de medidas administrativas</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Persistindo a irregularidade ou em caso de descumprimento injustificado, poderão ser aplicadas as sanções previstas no contrato e na legislação vigente (advertência, multa, suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar).</li></ul></li><li><b>5. Ajustes no planejamento</b><ul style="list-style-type: none"><li>● Em caso de intercorrências que impactem prazos ou estratégias, o Plano de Comunicação poderá ser readequado, garantindo a continuidade e efetividade da comunicação institucional.</li></ul></li></ol>
12	Contratações correlatas a serem realizadas para complementação da contratação (Ex; materiais a serem adquiridos, cursos especializados, etc...)	Não foram identificadas.
13	Impactos ambientais gerados pela contratação	A execução dos serviços de publicidade e propaganda, embora não envolva processos industriais ou atividades de grande potencial poluidor, pode gerar impactos ambientais indiretos relacionados principalmente à produção, distribuição e descarte de materiais físicos de comunicação.

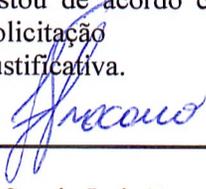
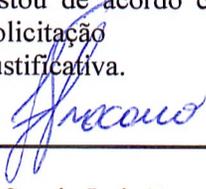
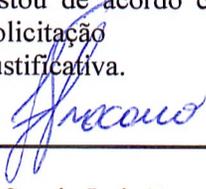
		<p><b>Impactos potenciais identificados:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Consumo de recursos naturais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de papel e derivados na produção de folders, cartazes, banners e outros materiais impressos.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Geração de resíduos sólidos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Descarte de materiais impressos e banners em lonas, plásticos e outros substratos.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Consumo de energia elétrica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Utilização de equipamentos eletrônicos para produção gráfica, audiovisual e veiculação digital.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Emissão de poluentes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Processos de impressão e transporte de materiais, gerando emissões de gases de efeito estufa.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Medidas mitigadoras exigidas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Preferência por fornecedores e gráficas que adotem práticas sustentáveis e possuam certificações ambientais (FSC, ISO 14001, etc.).</li> <li>● Utilização de papel reciclado ou proveniente de manejo florestal sustentável, sempre que possível.</li> <li>● Redução da tiragem de materiais impressos, priorizando a distribuição digital, quando compatível com os objetivos da campanha.</li> <li>● Planejamento de logística para transporte otimizado, minimizando deslocamentos e emissões.</li> <li>● Destinação adequada dos resíduos gerados, conforme legislação ambiental vigente.</li> </ul> <p>A adoção dessas práticas visa alinhar a execução contratual às diretrizes de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental da Administração Pública, atendendo aos princípios da economicidade, eficiência e proteção ao meio ambiente.</p>
14	Providências Prévias ao Contrato	<p>Para viabilizar a presente contratação, foram adotadas as seguintes providências preliminares pela Administração Pública, em conformidade com o que dispõe a Lei nº 14.133/2021, considerando que a contratação será realizada por meio de pregão, na forma eletrônica ou presencial:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Realização de pesquisa de preços junto ao mercado, com levantamento de valores por meio de fornecedores locais, atas de registro de preços válidas e contratações similares anteriores, conforme metodologia prevista na legislação vigente, visando à definição do valor estimado da contratação;</li> <li>b) Elaboração e aprovação do Documento de Formalização da Demanda (DFD), contendo a descrição da necessidade da contratação, devidamente validado pela autoridade competente;</li> <li>c) Realização do Estudo Técnico Preliminar (ETP), com a definição da solução a ser adotada, justificativa da contratação, descrição do objeto, levantamento dos requisitos técnicos e funcionais, análise das alternativas possíveis e dos riscos associados;</li> </ol>



		<p>d) Elaboração do Termo de Referência, contendo a descrição detalhada do objeto, especificações técnicas dos serviços, estimativa de quantidades, condições de execução, critérios de aceitação, prazos, forma de pagamento e obrigações da contratada e da contratante;</p> <p>e) Verificação da viabilidade orçamentária, com a emissão da reserva de dotação orçamentária compatível com os custos estimados da contratação, em atendimento da Lei nº 14.133/2021;</p> <p>f) Elaboração da minuta do edital, com definição das regras de participação, critérios de julgamento, prazos, exigências de habilitação, sanções administrativas e demais disposições necessárias à condução do certame;</p> <p>g) Elaboração da minuta do contrato administrativo, com as cláusulas essenciais exigidas pelo art. 92 da Lei nº 14.133/2021, a qual acompanhará o edital e será submetida à análise jurídica prévia obrigatória;</p> <p>h) Designação de lista para comissão Técnica para avaliação da capacidade dos licitantes;</p> <p>i) Realização de <i>BRIEFING</i> para que a Comissão possa avaliar tecnicamente a apresentação da solução do problema pelos licitantes;</p> <p>j) Designação formal dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização do contrato, conforme previsto no art. 117 da Lei nº 14.133/2021, com definição de suas atribuições;</p>
15	Indicação do Fiscal e do Gestor do Contrato/Ata	<p>O contrato oriundo da presente contratação será acompanhado, fiscalizado e gerido por servidores designados pela Administração.</p> <p>Fica designado como Fiscal do Contrato o(a) servidor(a) Sergio Luiz Fracasso, responsável por verificar a entrega dos materiais, a conformidade com as especificações e o cumprimento das obrigações contratuais.</p> <p>Fica designado como Gestor do Contrato o(a) servidor(a) Sergio Luiz Fracasso responsável por acompanhar a execução geral do contrato, inclusive quanto ao prazo, à vigência e às comunicações formais com a contratada.</p>
16	Conclusão do ETP (viabilidade da contratação – é possível a contratação?)	<p>A contratação é viável, necessária e adequada, considerando a obrigatoriedade legal do cumprimento das normas de segurança e saúde do trabalho, a inexistência de equipe técnica própria na Administração e a complexidade dos serviços exigidos. A terceirização garante eficiência, economicidade e conformidade com a legislação vigente.</p>

Sananduva, 08 de outubro de 2025.

**Sergio Luiz Fracasso**  
Secretário de Planejamento e Administração

<b>SOLICITAÇÃO DE ABERTURA DE PROCESSO LICITATÓRIO FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA</b>					
<b>Material:</b>  ( ) Consumo ( ) Permanente ( X ) Serviços	<b>Setor Solicitante:</b> Secretaria de Planejamento e Administração				
<b>Fonte de Recursos:</b>  Recursos Próprios do Município.	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%; text-align: center;"><b>Justificativa</b></th> <th style="width: 30%; text-align: center;"><b>Responsável</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>A contratação de agência de propaganda mostra-se necessária diante da relevância da comunicação institucional e da publicidade como instrumentos de transparência, informação e promoção das ações desenvolvidas pela Administração Pública.</p> <p>Conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, os serviços publicitários abrangem atividades que exigem atuação integrada, envolvendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de mensagens aos diversos veículos e meios de divulgação. Trata-se, portanto, de uma atividade especializada, que demanda conhecimento técnico e estratégico para garantir eficiência, legalidade e impacto positivo junto à sociedade.</p> <p>No âmbito da gestão pública, a publicidade institucional não se restringe à mera divulgação de atos administrativos, mas desempenha papel fundamental na promoção de campanhas educativas, informativas e de orientação social em áreas como saúde, educação, cultura, meio ambiente, assistência social, obras públicas, entre outras. Tais campanhas permitem ampliar a participação cidadã, fortalecer a imagem institucional e assegurar que a população tenha pleno conhecimento dos serviços disponíveis, das políticas públicas implementadas e de seus direitos.</p> <p>Além disso, a contratação por meio de agência profissional garante maior qualidade, padronização e controle das ações de comunicação, evitando improvisações e assegurando que a linguagem, o alcance e os meios escolhidos sejam compatíveis com os objetivos da Administração e com as boas práticas de publicidade governamental.</p> <p>Portanto, a contratação da agência de propaganda justifica-se como medida indispensável para assegurar eficiência comunicacional, transparência administrativa e fortalecimento do vínculo entre a Administração Pública e a sociedade, atendendo às disposições legais e aos princípios da administração pública previstos no art. 37 da Constituição Federal.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>Existe a necessidade de aquisição material / serviço descrito abaixo. Estou de acordo com a solicitação e justificativa.</p> <div style="text-align: center;">   <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Sergio Luiz Fracasso Secretário Municipal de Planejamento e Administração</p> <p>Data: 08/10/2025</p> </div> </td> </tr> </tbody> </table>	<b>Justificativa</b>	<b>Responsável</b>	<p>A contratação de agência de propaganda mostra-se necessária diante da relevância da comunicação institucional e da publicidade como instrumentos de transparência, informação e promoção das ações desenvolvidas pela Administração Pública.</p> <p>Conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, os serviços publicitários abrangem atividades que exigem atuação integrada, envolvendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de mensagens aos diversos veículos e meios de divulgação. Trata-se, portanto, de uma atividade especializada, que demanda conhecimento técnico e estratégico para garantir eficiência, legalidade e impacto positivo junto à sociedade.</p> <p>No âmbito da gestão pública, a publicidade institucional não se restringe à mera divulgação de atos administrativos, mas desempenha papel fundamental na promoção de campanhas educativas, informativas e de orientação social em áreas como saúde, educação, cultura, meio ambiente, assistência social, obras públicas, entre outras. Tais campanhas permitem ampliar a participação cidadã, fortalecer a imagem institucional e assegurar que a população tenha pleno conhecimento dos serviços disponíveis, das políticas públicas implementadas e de seus direitos.</p> <p>Além disso, a contratação por meio de agência profissional garante maior qualidade, padronização e controle das ações de comunicação, evitando improvisações e assegurando que a linguagem, o alcance e os meios escolhidos sejam compatíveis com os objetivos da Administração e com as boas práticas de publicidade governamental.</p> <p>Portanto, a contratação da agência de propaganda justifica-se como medida indispensável para assegurar eficiência comunicacional, transparência administrativa e fortalecimento do vínculo entre a Administração Pública e a sociedade, atendendo às disposições legais e aos princípios da administração pública previstos no art. 37 da Constituição Federal.</p>	<p>Existe a necessidade de aquisição material / serviço descrito abaixo. Estou de acordo com a solicitação e justificativa.</p> <div style="text-align: center;">   <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Sergio Luiz Fracasso Secretário Municipal de Planejamento e Administração</p> <p>Data: 08/10/2025</p> </div>
<b>Justificativa</b>	<b>Responsável</b>				
<p>A contratação de agência de propaganda mostra-se necessária diante da relevância da comunicação institucional e da publicidade como instrumentos de transparência, informação e promoção das ações desenvolvidas pela Administração Pública.</p> <p>Conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, os serviços publicitários abrangem atividades que exigem atuação integrada, envolvendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de mensagens aos diversos veículos e meios de divulgação. Trata-se, portanto, de uma atividade especializada, que demanda conhecimento técnico e estratégico para garantir eficiência, legalidade e impacto positivo junto à sociedade.</p> <p>No âmbito da gestão pública, a publicidade institucional não se restringe à mera divulgação de atos administrativos, mas desempenha papel fundamental na promoção de campanhas educativas, informativas e de orientação social em áreas como saúde, educação, cultura, meio ambiente, assistência social, obras públicas, entre outras. Tais campanhas permitem ampliar a participação cidadã, fortalecer a imagem institucional e assegurar que a população tenha pleno conhecimento dos serviços disponíveis, das políticas públicas implementadas e de seus direitos.</p> <p>Além disso, a contratação por meio de agência profissional garante maior qualidade, padronização e controle das ações de comunicação, evitando improvisações e assegurando que a linguagem, o alcance e os meios escolhidos sejam compatíveis com os objetivos da Administração e com as boas práticas de publicidade governamental.</p> <p>Portanto, a contratação da agência de propaganda justifica-se como medida indispensável para assegurar eficiência comunicacional, transparência administrativa e fortalecimento do vínculo entre a Administração Pública e a sociedade, atendendo às disposições legais e aos princípios da administração pública previstos no art. 37 da Constituição Federal.</p>	<p>Existe a necessidade de aquisição material / serviço descrito abaixo. Estou de acordo com a solicitação e justificativa.</p> <div style="text-align: center;">   <hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> <p>Sergio Luiz Fracasso Secretário Municipal de Planejamento e Administração</p> <p>Data: 08/10/2025</p> </div>				
<b>Indicação do responsável para fiscalização do contrato:</b> Sergio Luiz Fracasso					
<b><u>Modalidade de licitação a ser utilizada:</u></b>					
<input type="checkbox"/> Chamamento Público <input type="checkbox"/> Chamamento Público para Credenciamento <input type="checkbox"/> Concorrência Pública Eletrônica <input checked="" type="checkbox"/> Concorrência Pública Presencial - <u>Encaminhar documento com justificativa conforme procedimento já adotado</u>					

- ( ) Pregão Eletrônico  
 ( ) Pregão Presencial – Encaminhar documento com justificativa conforme procedimento já adotado  
 ( ) Inexigibilidade  
 ( ) Dispensa Eletrônica  
 ( ) Dispensa sem procedimento eletrônico

**Critério de Julgamento: Técnica e preço**

Item	Material Especificado	Quant.	Unid.
01	Agência de Propaganda, para prestação de serviços de publicidade, assim considerados o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.	12	Meses

**DOCUMENTOS TÉCNICOS:**

*Caso o produto/serviço a ser adquirido/contratado necessite de qualificação técnica específica, informar quais documentos deverão ser exigidos no Edital para que seja comprovada a habilitação do vencedor (exemplo: atestado de capacidade técnica, registro CREA/CAU/CRC, certificados de cursos específicos, etc...).*

01	Ser agência de propaganda regularmente constituída e em funcionamento, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010, comprovando através de Contrato Social.
02	Possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP e comprovação de filiação ao SINAPRO.
03	Apresentar declaração de experiência na prestação de serviços compatíveis com o objeto, emitida por pessoa jurídica de direito público ou privado.

**EXIGÊNCIAS QUANTO AO PRODUTO/SERVIÇO:**

- Caso haja exigências específicas quanto à aquisição do produto/ prestação do serviço, informar quais serão para que seja colocado no Termo de Referência (exemplo: combustíveis – necessidade de prestação de serviço 24 horas, produtos – local de entrega (para cálculo do frete), prazo de entrega ou prazo para início da prestação dos serviços, etc...)

OBS: Tais exigências deverão constar também na pesquisa de preço encaminhada aos fornecedores, pois as mesmas influenciam no preço a ser cotado.

01	<p><b>Capacidade operacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispor de equipe técnica qualificada e em número suficiente para atender às demandas, incluindo profissionais das áreas de planejamento, criação (online e offline), mídia, produção gráfica, audiovisual e atendimento.</li> <li>• Possuir estrutura física e recursos materiais adequados, incluindo parque tecnológico compatível com as atividades a serem executadas.</li> <li>• Apresentar sistemática de atendimento que assegure agilidade, qualidade e resposta adequada a demandas emergenciais.</li> </ul>
----	---



02	<p><b>Produção e execução</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Capacidade de produção de peças e materiais para diferentes mídias (impressa, audiovisual, digital, eventos e não mídia).</li><li>● Gestão e intermediação de contratação de veículos e fornecedores especializados, assegurando economicidade e eficiência.</li><li>● Cumprimento de prazos e padrões técnicos definidos no contrato e no briefing.</li></ul>
03	<p><b>Controle e acompanhamento</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Fornecimento de informações e relatórios periódicos sobre execução de campanhas, pesquisas de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, sem ônus adicional para a Administração.</li><li>● Garantia de conformidade das peças com as normas legais, éticas e regulatórias vigentes.</li></ul> <p><b>Vedação à subcontratação de outras agências de propaganda</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● A agência contratada deverá executar integralmente o objeto, sendo vedada a subcontratação de outra agência para atividades de sua competência.</li></ul>
04	<p><b>Observância ao caráter institucional da comunicação</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Todas as peças e campanhas deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo proibida qualquer forma de promoção pessoal de autoridades, servidores públicos ou partidos políticos, nos termos da legislação vigente.</li></ul>
05	<p><b>Disponibilidade para reuniões e acompanhamento</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Manter disponibilidade para reuniões presenciais ou virtuais com a Administração Municipal, sempre que solicitado, para alinhamento de campanhas, ajustes de peças e acompanhamento da execução</li></ul>
06	<p><b>Escopo mensal mínimo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● No mínimo 03 (três) campanhas publicitárias completas por mês, com peças para:<ul style="list-style-type: none"><li>● TV</li><li>● Rádio</li><li>● Redes sociais</li><li>● Jornais</li><li>● Outdoor</li><li>● Meios físicos e digitais</li></ul></li><li>● No mínimo 20 (vinte) peças gráficas diversas por mês, como:<ul style="list-style-type: none"><li>● Folders</li><li>● Cartazes</li><li>● Cards</li></ul></li></ul>



- Banners  
Faixas, entre outros

- No mínimo 02 (dois) vídeos institucionais ou informativos por mês, com duração de até 60 segundos cada.
- No mínimo 02 (duas) reuniões mensais de planejamento e acompanhamento estratégico.
- A licitante deverá apresentar relatório de desempenho mensal, contendo:
  - Descrição das campanhas realizadas;
  - Peças executadas;
  - Resultados obtidos;
  - Recomendações.
- Participação em ações institucionais ou eventos, desde que previamente previstas no Plano de Comunicação aprovado.

Atividades técnicas incluídas:

- Estudo e planejamento de campanhas publicitárias;
- Criação e concepção de peças;
- Produção gráfica e técnica;
- Compra e simulação de mídia;
- Controle e comprovação de veiculação;
- Supervisão da execução externa.

Acompanhamento, manutenção e assistência técnica:

- Atendimento contínuo às demandas solicitadas pela Administração, respeitando os prazos definidos para cada serviço;
- Ajustes e adaptações de peças sempre que necessário, sem ônus adicional;
- Suporte técnico para adaptação de formatos e adequação a diferentes mídias;
- Disponibilização de equipe técnica qualificada para reuniões, apresentações e alinhamentos, presenciais ou virtuais;
- Fornecimento de indicadores qualitativos e quantitativos de desempenho das ações realizadas.



### **Justificativa para a Modalidade Presencial**

A escolha pela forma presencial da Concorrência Pública nº 001/2025 fundamenta-se na natureza e complexidade do objeto licitado, que exige a apresentação e o manuseio físico de propostas técnicas sigilosas, compostas por planos de comunicação publicitária, peças criativas, materiais gráficos e mídias eletrônicas. Tais elementos demandam avaliação detalhada e criteriosa pela Comissão Técnica, conforme disposto na Lei nº 12.232/2010 e na Lei nº 14.133/2021, especialmente no que se refere à modalidade técnica e preço e ao julgamento de propostas não padronizáveis.

A realização da sessão de forma presencial é indispensável para garantir:

- Preservação do sigilo das propostas – o procedimento exige a entrega de invólucros físicos numerados e lacrados, evitando qualquer identificação indevida da autoria antes da abertura das propostas, o que seria inviável em ambiente eletrônico;
- Autenticidade e integridade dos materiais apresentados – a análise envolve documentos impressos, layouts, peças publicitárias e mídias digitais, cuja apresentação e verificação dependem de inspeção direta e imediata;
- Igualdade e transparência entre os licitantes, mediante a presença simultânea de todos os representantes credenciados durante a abertura e o julgamento das propostas técnicas e de preços, conforme os princípios previstos nos arts. 5º, 6º e 7º da Lei nº 14.133/2021;
- Segurança procedimental e técnica, considerando que a plataforma eletrônica não comporta, com segurança jurídica e técnica, o recebimento e a conferência de materiais físicos e audiovisuais que integram o Plano de Comunicação Publicitária;
- Atendimento ao princípio da eficiência, pois a dinâmica presencial permite o exame imediato dos volumes, peças e mídias, reduzindo o risco de incompatibilidade de formatos digitais e assegurando a celeridade na análise e julgamento.

Dessa forma, a adoção da Concorrência Pública Presencial do tipo Técnica e Preço mostra-se a forma mais segura, adequada e proporcional para a seleção da agência de publicidade e propaganda, observando-se o interesse público, a lisura do certame e a plena observância dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Sananduva, 08 de outubro de 2025.



Sérgio Luiz Fracasso  
Secretário de Planejamento e Administração

**PORTARIA MUNICIPAL Nº 1.037, DE 24 DE SETEMBRO DE 2025.**

Constitui Subcomissão Técnica Especial para atuar em processos licitatórios para contratação de agência de marketing e publicidade dá outras providências.

**CLAITON EDÚ MONTEIRO DE AGUIAR**, Prefeito Municipal de Sananduva, Estado do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições conferidas pela Legislação vigente e,

*Considerando* o disposto no Art. 10 da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências,

**RESOLVE**

**Art. 1º** Constituir Subcomissão Técnica Especial para atuar em processos licitatórios para contratação de agência de marketing e publicidade instaurados pelo município, a fim de atender necessidades administrativas e em observância à legislação que regulamenta o assunto, com a seguinte composição:

**1. Josimar Sauer**

- CPF: 015.646.050-51;
- Documento de Identidade: 60882403293 SJS/II RS;
- Endereço: Rua Carlos Berti, nº 182, Bairro São José Operário, Sananduva-RS.

**2. Robson Vinicios Duarte Kalb**

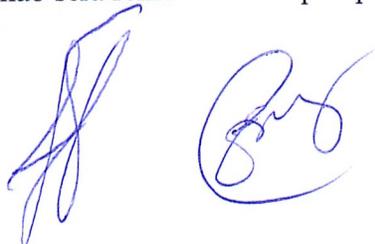
- CPF: 002.725.790-84;
- Documento de Identidade: 9089434386 SSP DI RS;
- Endereço: Rua Castelo Branco, nº 105, Bairro Centro, Machadinho-RS.

**3. Simone Borges**

- CPF: 025.118.680-67;
- Documento de Identidade: 9089434386 SJS/II RS;
- Endereço: Av. Dr. Salzano da Cunha, nº 939, sala 405-B, Edifício Valcenter, Bairro Centro, Sananduva-RS.

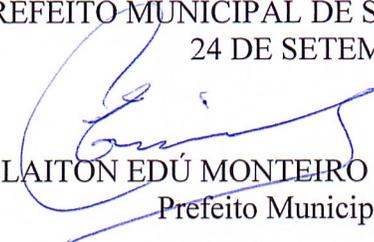
**Art. 2º** Compete à Subcomissão Técnica Especial, a análise e julgamento das propostas técnicas, nos termos do Art. 10 e respectivos §§ da Lei nº 12.232/2010.

**Art. 3º** A função dos membros da Comissão Técnica, será considerada de relevante serviço ao Município e não será remunerada a qualquer título.



**Art. 4º** Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE SANANDUVA,  
24 DE SETEMBRO DE 2025.



CLAITON EDÚ MONTEIRO DE AGUIAR  
Prefeito Municipal



Registre-se e publique-se.

SÉRGIO LUIZ FRACASSO  
Secretário de Planejamento e Administração