

**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR — ETP**

**RETIFICADO**

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA E  
PUBLICIDADE**

**1. INFORMAÇÕES BÁSICAS**

**1.1 Órgão Requisitante:** Câmara Municipal de Caldas Novas - GO

**1.2 Unidade Demandante:** Administração

**1.3 Processo Administrativo:** 2026000866

**1.4 Objeto Resumido:** Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo serviços diversos (a depender dos objetivos de comunicação, público-alvo, área de abrangência, duração necessária da ação/campanha), dentro do valor máximo estabelecido em contrato, pelo período de 12 meses, incluindo:

- a) a prestação de serviços publicitários, compreendendo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação on-line e offline;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**1.5 Enquadramento Legal e Natureza do Objeto:** O objeto desta contratação rege-se estritamente pela legislação especial da **Lei Federal nº 12.232/2010 (Art. 1º, § 1º)**, que disciplina as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela

Administração Pública. Trata-se de serviço técnico especializado de natureza essencialmente intelectual e criativa, regulado de forma integrada pela Lei Federal nº 4.680/1965 e pelo Decreto Federal nº 57.690/1966, bem como pelas diretrizes do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), aplicando-se subsidiariamente as normas da Lei Federal nº 14.133/2021 (Art. 2º, inciso V e Art. 18).

**1.6 Modalidade, Critério de Julgamento e Forma:** A licitação será processada na modalidade **Concorrência Pública (presencial)**, sob o critério de julgamento de **Técnica e Preço (com valoração proporcional de 70% para a Proposta Técnica e 30% para a Proposta de Preço)**, fundamentada no art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010 c/c o art. 36, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021. A opção pela proporção de 70% (Técnica) e 30% (Preço) justifica-se tecnicamente pelo fato de que nos serviços publicitários o conceito criativo, a estratégia de comunicação e a eficácia das peças determinam diretamente o impacto e o retorno do investimento público em transparência e engajamento cidadão, sendo o componente comercial balizado por limites padronizados de desconto. A realização do certame na **forma presencial é motivada e indispensável** para assegurar o sigilo absoluto do Plano de Comunicação Publicitária em via apócrifa (Invólucro nº 1), o qual é apresentado em caderno físico sem qualquer identificação de autoria e acondicionado em invólucro padronizado e opaco fornecido diretamente pela Comissão de Licitação, procedimento inviável de ser reproduzido em plataformas eletrônicas sem o risco de exposição de metadados ou quebra de anonimato antes da abertura dos envelopes identificados. O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, previstos para execução no exercício financeiro de 2027, admitindo prorrogações sucessivas até o limite decenal (arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021).

## **2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, Inc. I da Lei nº 14.133/2021)**

A Constituição Federal de 1988 consagra no caput do seu artigo 37 o Princípio da Publicidade como vetor obrigatório da Administração Pública, fixando em seu § 1º que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social. No

âmbito do Poder Legislativo Municipal de Caldas Novas, a comunicação social não constitui mera faculdade administrativa, mas sim um dever republicano essencial de transparência ativa e prestação de contas perante a sociedade.

Durante o diagnóstico de necessidades institucionais promovido pela Diretoria de Administração, constatou-se a existência de uma severa lacuna no fluxo de difusão de informações oficiais. O descompasso entre a intensa produção legislativa da Casa de Leis (tramitação de projetos de lei, fiscalização do Executivo, realização de audiências públicas e decisões parlamentares) e o conhecimento efetivo por parte da população compromete o exercício do controle social e restringe o engajamento da cidadania nas matérias de interesse coletivo.

Para solucionar este vácuo informativo e assegurar que as mensagens institucionais alcancem com clareza, eficiência e linguagem acessível os diversos segmentos sociais do município, demonstra-se imprescindível a contratação de uma empresa especializada em publicidade (Agência de Propaganda). A complexidade envolvida nas rotinas de comunicação contemporânea — que engloba pesquisas de percepção pública, planejamento de mídia multiplataforma, criação audiovisual profissional, produção gráfica e gestão de mídias digitais interativas — exige competências técnicas e ferramentas mercadológicas atualizadas que superam a capacidade operacional direta da equipe interna do órgão.

A contratação por intermédio de agência de propaganda trará racionalidade e eficiência aos gastos públicos, visto que a agência centraliza o planejamento e atua no mercado por ordem e conta do Legislativo, negociando melhores condições comerciais junto aos veículos de comunicação e fornecedores de produção, transferindo integralmente à Câmara os descontos e vantagens obtidas.

### **3. REFERÊNCIA A INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO (Art. 12, Inc. VII da Lei nº 14.133/2021)**

A Lei Federal nº 14.133/2021 erigiu o planejamento como princípio basilar das contratações públicas, estabelecendo o Plano de Contratações Anual (PCA) no **art. 12, inciso VII**, como mecanismo central de racionalização de gastos, alinhamento orçamentário e planejamento estratégico.

A presente contratação decorre de necessidade administrativa consolidada após a aprovação da peça originária do Plano de Contratações Anual (PCA) deste exercício. Para sanar a ausência de previsão originária sem comprometer a higidez do certame, formalizou-se a devida Justificativa de Inclusão no PCA, devidamente aprovada pelo Excelentíssimo Presidente da Câmara Municipal mediante Despacho de Autorização datado de **26 de agosto de 2026**.

A solicitação de atualização do plano foi formalmente encaminhada ao setor competente para processamento com esteio nos arts. 13 e 14, parágrafo único, da Instrução Normativa nº 09/2023 da Câmara Municipal de Caldas Novas, regramento local que disciplina a inclusão e alteração de demandas supervenientes durante o ano de execução do PCA. Salienta-se que o prosseguimento da instrução processual e do processo de contratação ocorre de forma regular e independente da data em que se conclua formalmente referida atualização no sistema, assegurando-se o pleno alinhamento ao planejamento estratégico do exercício de 2027 e a celeridade do certame.

#### **4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, Inc. III da Lei nº 14.133/2021)**

Para garantir a perfeita execução do objeto e a segurança jurídica da Administração Pública, os requisitos da contratação foram definidos com base na legislação especial (Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 4.680/1965) e nas normas gerais da Lei nº 14.133/2021:

##### **4.1. Requisitos de Qualificação Técnica, Habilitação e Dimensionamento de Equipe**

- **Certificação Profissional do CENP (Art. 4º da Lei nº 12.232/2010):** Comprovação de que a licitante possui Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida, demonstrando aptidão operacional e cumprimento das Normas-Padrão da atividade.
- **Atestados de Capacidade Técnico-Operacional:** Apresentação de atestado(s) de capacidade técnica expedido(s) por pessoa jurídica de direito público

ou privado que comprove(m) a prestação satisfatória de serviços publicitários integrados (estudo, planejamento, criação, produção e distribuição de mídia).

• **Justificativa Técnica do Dimensionamento da Equipe Mínima (06 Funções) e Regime Híbrido de Execução:** A execução do objeto demanda a atuação concomitante e especializada de **06 (seis) funções técnicas essenciais**, assim dimensionadas para evitar gargalos operacionais e assegurar o cumprimento dos prazos regulamentares da Casa de Leis:

1. **01 Profissional de Atendimento:** Responsável pelo relacionamento direto com a Câmara Municipal, recebimento e alinhamento presencial/digital de briefings e acompanhamento de demandas;

2. **01 Profissional de Planejamento e Pesquisa:** Responsável pela análise de cenários, definição de públicos-alvo e formulação de estratégias temáticas;

3. **02 Profissionais de Criação (Redator e Diretor de Arte):** Núcleo criativo indispensável para a concepção do conceito visual e redação publicitária simultâneas;

4. **01 Profissional de Produção Impressa e Eletrônica:** Encarregado da cotação de orçamentos de terceiros e supervisão técnica de materiais gráficos, fotográficos e audiovisuais;

5. **01 Profissional de Mídia:** Encarregado da elaboração de planos de veiculação, reserva de espaços, checagem e auditoria de inserções em veículos de comunicação.

• **Harmonização do Modelo de Execução (Flexibilidade e Ampla Competitividade):** Em estrito respeito aos princípios da razoabilidade, da economia e da ampla competitividade (art. 5º da Lei nº 14.133/2021), **admite-se que o desenvolvimento das atividades intelectuais, de criação, planejamento e mídia ocorra sob regime remoto ou híbrido de trabalho**. A agência contratada deverá garantir, quando necessário, a **disponibilidade de atendimento presencial em Caldas Novas/GO** (especialmente por meio do profissional de Atendimento e do Diretor de Conta) para reuniões de alinhamento, aprovação de campanhas e situações de urgência no prazo máximo de até **24 (vinte e quatro) horas** após a solicitação formal da Câmara Municipal, eliminando a exigência de estrutura física fixa local exclusiva para toda a equipe.

#### **4.1.1 Requisitos e Justificativa Técnica da Qualificação Econômico:**

Em estrito cumprimento ao art. 18, § 1º, IX da Lei Federal nº 14.133/2021, justifica-se tecnicamente a padronização e unificação dos requisitos de habilitação econômico-financeira estabelecidos para o certame:

- a) Exigência do Balanço do Último Exercício Social (Art. 69, I): A exigência restringe-se ao último exercício financeiro já exigível na forma da lei, evitando sobrecarga burocrática de dois exercícios anteriores e garantindo a verificação da hígidez contábil atualizada da empresa;
- b) Adoção dos Três Índices Clássicos de Liquidez e Solvência (ILG  $\geq$  1,00, ILC  $\geq$  1,00 e ISG  $\geq$  1,00): A exigência cumulativa dos índices de Liquidez Geral (ILG), Liquidez Corrente (ILC) e Solvência Geral (ISG) iguais ou superiores a 1,00 assegura que a agência dispõe de saúde financeira para custear a operacionalização das campanhas e o pagamento antecipado de fornecedores/veículos até o reembolso contratual pela Câmara Municipal, estando em consonância com a Súmula nº 289 do TCU e a IN SEGES/ME nº 73/2022;
- c) Patrimônio Líquido Mínimo Subsidiário de 5% (R\$ 17.574,54): Como salvaguarda para preservar a ampla competitividade, autoriza-se que empresas com índices de liquidez momentaneamente inferiores a 1,00 participem do certame desde que comprovem Patrimônio Líquido Mínimo de 5% do valor estimado da contratação (R\$ 17.574,54), conforme balizado pelo art. 69, § 4º da NLLC;

#### **4.2 Requisitos de Apresentação das Propostas Técnicas (Lei nº 12.232/2010)**

- **Plano de Comunicação Publicitária (Via Apócrifa - Invólucro 1):** Compreende o Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa (com exemplos de peças) e Estratégia de Mídia/Não Mídia. Apresentado em caderno único de até 30 páginas, sem marcas, logotipos, nomes ou sinais que permitam a identificação da licitante. Acondicionado no Invólucro nº 1 (fornecido de forma padronizada e opaca pela Comissão).
- **Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada - Invólucro 2):** Cópia idêntica do Plano de Comunicação Publicitária, devidamente datada e assinada pelos representantes legais da licitante, acondicionada no Invólucro nº 2 para cotejo e confirmação de autoria após o julgamento apócrifo.

- **Demais Quesitos da Proposta Técnica (Invólucro 3):** Caderno composto pelas informações de Capacidade de Atendimento (currículos e infraestrutura), Repertório (5 peças veiculadas após 01/01/2020) e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (2 cases aprovados por clientes).

## **5. ESTIMATIVAS DA QUANTIDADE A SEREM CONTRATADAS (Art. 18, § 1º, Inc. IV da Lei nº 14.133/2021)**

Diferentemente das aquisições de bens ou serviços comuns padronizados, a contratação de serviços de publicidade possui natureza essencialmente intelectual, criativa e continuada. Conforme preconiza o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, os serviços publicitários são executados sob demanda e não comportam a quantificação exata e taxativa de itens no momento do certame. Dessa forma, a estimativa do objeto consolida-se na contratação de serviços diversos (a depender dos objetivos de comunicação, público-alvo, área de abrangência, duração necessária da ação/campanha), dentro do valor máximo estabelecido em contrato, pelo período de 12 meses, incluindo o rol integrado das seguintes atividades:

- a) a prestação de serviços publicitários, compreendendo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação on-line e offline;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
- c) a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**Em atendimento às orientações da assessoria jurídica, elaborou-se a memória da demanda anual estimada aproximada, projetada com base no**

## histórico de campanhas da Câmara Municipal de Caldas Novas e no plano de comunicação para o exercício de 2027:

- **Campanhas Institucionais/Educativas de Grande Porte (03 a 04 ações/ano):** Ações focadas em Transparência Ativa, Prestação de Contas Anual, Divulgação do e-SIC/Ouvidoria e Conscientização Cidadã (Sessões do Mês, Projeto Meses & Cores, temas de saúde, meio ambiente e turismo sustentável);
- **Produção e Veiculação dos Meios: Mídia Programática, e de Rádio (Aproximadamente 06 VTs de 30" a 60" e 24 Spots/Jingles de rádio):** Material para a produção de áudio/vídeo, e veiculação em emissoras locais e regionais de Rádio e TV aberta; e quando o caso, veiculação na internet, com ou sem impulsionamento de tráfego pago nas principais plataformas digitais;
- **Produção e Veiculação dos Meios: Conteúdos Digitais e Redes Sociais (Aproximadamente 120 a 150 artes/cards interativos e vídeos curtos):** Para a cobertura mensal contínua das atividades parlamentares e audiências públicas, convites, datas especiais, e de eventos da Escola do Legislativo; com utilização destes conteúdos em todos os canais digitais próprios da Câmara;
- **Mídia Exterior / OOH (Aproximadamente 12 a 20 exposições Bi-Semanais em Outdoor, Painéis Eletrônicos e de Banners Indoor):** Distribuídos em pontos de maior fluxo do município, de acordo com o portfólio das exibidoras de mídia OOH locais e regionais;
- **Mídia Digital(Sites/Portais/Blogs)(Aproximadamente 12 a 20 Webanners e Posts digitais para utilização das campanhas, adaptadas no formato técnico, para: Sites, Portais, Jornais nas versões digitais, influenciadores(as) e blogueiros(as) selecionados, locais e regionais.**
- **Pesquisas de Percepção Pública e Pré/Pós-Teste (02 estudos anuais):** Para avaliar o grau de assimilação e engajamento da população caldas-novense.

## 6. LEVANTAMENTO DE MERCADO (Art. 18, § 1º, Inc. V da Lei nº 14.133/2021)

Na fase de planejamento, a equipe realizou a análise objetiva de alternativas e o levantamento de contratações correlatas efetuadas por outros órgãos públicos do Estado de Goiás:

## 6.1 Análise Comparativa Objetiva de Alternativas

Para demonstrar a viabilidade da solução escolhida, elaborou-se a comparação técnica e econômica abaixo:

- **Alternativa 1 — Execução Direta por Equipe Própria:** Inviável, pois exigiria a realização de concurso público para a criação e provimento de cargos efetivos permanentes de profissionais especializados (redatores, diretores de arte, mídias, produtores e planejadores), gerando um impacto continuado e rígido na folha de pagamento do Poder Legislativo, além da necessidade de aquisição e atualização constante de softwares de criação, licenças e equipamentos de alto custo. Ademais, a atuação direta não contaria com a agilidade, a expertise multidisciplinar, o poder de negociação de mídia nem os descontos comerciais garantidos pelas regras de autorregulação do mercado publicitário (CENP/SINAPRO).
- **Alternativa 2 — Contratação Pulverizada de Produtoras e Veículos:** Fracionaria a gestão em múltiplos contratos avulsos, gerando perda de unidade do conceito publicitário, sobrecarga na fiscalização administrativa e impossibilidade de obter o repasse do Desconto Padrão de Mídia garantido pelas agências privadas.
- **Alternativa 3 — Contratação de Agência de Propaganda Especializada (Solução Adotada):** Centraliza o planejamento, criação e mídia sob um único contrato gerencial regido pela Lei nº 12.232/2010. Garante a transferência integral à Câmara dos descontos comerciais obtidos em mídia e permite a execução flexível sob demanda dentro do teto orçamentário aprovado.

## 6.2 Documentação de Contratações Semelhantes Pesquisadas (Benchmarks)

Em cumprimento à exigência de instrução com processos congêneres do mercado goiano, registraram-se como parâmetros de modelagem os seguintes autos licitatórios:

- **Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO):** Concorrência Presencial nº 01/2026 (Processo Eletrônico nº 202500047003328) — Objeto de publicidade institucional no valor de R\$ 295.000,00/ano, cujas regras de invólucros, tabela SINAPRO e ponderação técnica/preço serviram de baliza instrutória;

- **Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Goiás (CREA-GO):** Concorrência nº 90001/2025 (Processo ETP nº 01/2025) — Contratação de agência de publicidade sob a Lei nº 12.232/2010;
- **Câmara Municipal de Santa Helena de Goiás:** Processo Licitatório nº 2025/ETP 2025 — Contratação de serviços de publicidade prestados por agência de propaganda;
- **Câmara Municipal de Maringá - PR:** Edital de Chamamento Público nº 01/2025 — Modelo referencial para credenciamento da Subcomissão Técnica.

### 6.3 Métrica de Preços e Tabela SINAPRO-GO 2026

Os custos dos serviços internos executados pela agência de publicidade são balizados pela **Tabela Oficial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás (SINAPRO-GO 2026)**, a qual integra formalmente este processo administrativo como **Documento de Referência Anexo aos autos**. O edital fixará o limite de desconto comercial mínimo de 30% (trinta por cento) sobre a dita tabela — piso este definido pelas regras de aceitabilidade e julgamento de preço do instrumento convocatório (Edital/TR), em consonância com as Normas-Padrão do CENP (subitens 3.11 e 3.12) e as diretrizes mercadológicas do SINAPRO-GO. Para serviços de produção externa, a agência vencedora apresentará cotação prévia com no mínimo 03 fornecedores distintos

## 7. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, Inc. VI da Lei nº 14.133/2021)

**7.1.** A estimativa do valor da contratação foi balizada no valor do contrato atualmente em vigor na Câmara Municipal de Caldas Novas (com vigência até 31/12/2026), no montante global teto de **R\$ 351.490,75 (trezentos e cinquenta e um mil, quatrocentos e noventa reais e setenta e cinco centavos)**, considerado adequado e necessário para o atendimento das necessidades operacionais de comunicação institucional durante o período de 12 (doze) meses de vigência, previstos para execução no exercício financeiro de 2027.

**7.2. Justificativa da Adoção do Teto Contratual Atual vs. Execução Financeira Passada:** Esclarece-se expressamente que o valor estimado de R\$ 351.490,75, foi baseado no valor contratual total e na capacidade orçamentária máxima do contrato

atual. Esta opção da Administração fundamenta-se na necessidade de prever e empenhar a totalidade do valor do contrato para garantir que a Câmara Municipal disponha de margem orçamentária suficiente e plena flexibilidade operacional caso surjam demandas volumosas de comunicação, campanhas educativas de utilidade pública ou ações intensivas de transparência ativa ao longo dos 12 meses de vigência em 2027. Se a estimativa fosse reduzida ao patamar da execução, haveria grave risco de engessamento administrativo e paralisação das atividades comunicacionais por falta de saldo orçamentário. Portanto, a manutenção do teto de R\$ 351.490,75 assegura a devida margem de empenho para execução sob demanda, em estrita consonância com os princípios do planejamento, da razoabilidade e da eficiência (arts. 5º e 23 da Lei Federal nº 14.133/2021 c/c Lei Federal nº 12.232/2010).

### **7.3. Detalhamento da Atualização Monetária (IPCA) e da Cesta de Preços (Art. 23 da Lei nº 14.133/2021):**

**a) Recomposição Inflacionária pelo IPCA/IBGE (Pilar 1):** Conforme demonstrado nos autos pelo 5º Termo Aditivo, ao Contrato Administrativo 001/2022, o valor nominal teto de R\$ 351.490,75 resulta do reajuste inflacionário acumulado do IPCA (IBGE) sobre o valor inicial de R\$ 340.955,00 da contratação. Dessa forma, não se trata de repetição empírica de valor, mas sim de atualização monetária estrita autorizada pelo art. 23 da NLLC.

**b) Benchmarking de Contratações Similares em Goiás (Pilar 2):** Em pesquisa realizada junto ao Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e aos sistemas do Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO), verificou-se que contratos de publicidade institucional de órgãos e Câmaras Municipais de porte equivalente em Goiás (ex: Senador Canedo, Itumbiara, Catalão) praticam teto anual na faixa de R\$ 300.000,00 a R\$ 600.000,00, situando o valor da Câmara de Caldas Novas no patamar inferior do mercado estaduais.

**c) Métrica do SINAPRO-GO 2026 e Cotações de Produção (Pilar 3):** Os custos de criação e planejamento interno são regulados pela Tabela Oficial de Custos Internos do SINAPRO-GO 2026, com desconto comercial mínimo obrigatório de 30% licitado no Invólucro nº 4. Para produções externas (gravação de VTs, spots

de áudio, impressos), o contrato exige a prévia cotação presencial/digital com no mínimo 03 (três) fornecedores locais/regionais.

**7.4. Justificativa da Manutenção do Teto Contratual Atualizado vs. Execução Financeira Passada:** Esclarece-se expressamente que a opção da Administração por prever e empenhar a totalidade do teto contratual reajustado (R\$ 351.490,75) — e não a média dos valores efetivamente liquidados em anos anteriores (~R\$ 100.000,00) — fundamenta-se na natureza de execução sob demanda da publicidade institucional. Fixar a estimativa em patamar reduzido acarretaria o engessamento da comunicação legislativa e o risco imprevisível de paralisação de divulgações de utilidade pública, e-SIC, Ouvidoria e transparência ativa ao longo do exercício de 2027.

**7.5. Memória de Cálculo da Distribuição Proporcional da Despesa:** Para atender à recomendação da assessoria jurídica de demonstrar a composição fundamentada dos componentes orçamentários, os R\$ 351.490,75 foram subdivididos com base nos percentuais históricos de execução das campanhas publicitárias municipais:

**a) Verba de Mídia e Veiculação (R\$ 220.000,00 ~ 62,6% do valor global):**

Calculada a partir do plano de inserções em veículos de comunicação (rádios locais, emissoras de TV, jornais impressos, portais de notícias, busdoor e mídias sociais impulsionadas) ao longo de 12 meses, deduzidos os descontos comerciais negociados e repassados ao órgão;

**b) Produção Técnica Externa e Fornecedores Especializados (R\$ 80.000,00 ~ 22,8% do valor global):**

Calculada com base na estimativa de custos de terceiros para gravação e finalização de 06 VTs audiovisuais, gravação de áudio para spots, fotografia profissional e impressão de peças gráficas institucionais, condicionada à cotação prévia com no mínimo 3 fornecedores;

**c) Serviços Internos da Agência, Criação e Pesquisas (R\$ 51.490,75 ~ 14,6% do valor global):**

Destinado ao ressarcimento dos serviços internos de criação e pesquisas previstos na Tabela SINAPRO-GO 2026, com aplicação do desconto comercial mínimo licitado de 30%.



| COMPONENTE DA DESPESA                                     | FUNDAMENTO DE CÁLCULO / REMUNERAÇÃO                                                                              | VALOR ESTIMADO (R\$)  |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1. Verba de Mídia e Veiculação (Mídia On e Offline)       | Histórico de veiculação em rádio, TV, jornais, OOH e digital com repasse do desconto padrão de agência ao órgão. | R\$ 220.000,00        |
| 2. Produção Técnica Externa e Fornecedores Especializados | Cotação prévia com no mínimo 03 fornecedores para gravação de VTs, áudios e impressões gráficas.                 | R\$ 80.000,00         |
| 3. Serviços Internos da Agência, Criação e Pesquisas      | Tabela Referencial SINAPRO-GO 2026 com desconto comercial mínimo de 30% ofertado.                                | R\$ 51.490,75         |
| <b>VALOR ESTIMADO GLOBAL ANUAL (EXERCÍCIO 2027)</b>       | <b>Limite orçamentário máximo para 12 meses de contrato</b>                                                      | <b>R\$ 351.490,75</b> |

7.4. Em conformidade com o art. 106, inciso II, da Lei Federal nº 14.133/2021, as despesas relativas ao exercício financeiro de 2027 correrão à conta dos créditos orçamentários próprios, enquadradas na Natureza de Despesa **04 0101 01 031 7007 2600 –339039 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica**

## **8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 18, § 1º, Inc. VII da Lei nº 14.133/2021)**

A solução compreende o fornecimento integrado de inteligência publicitária e operacional pela Agência de Propaganda contratada, englobando cinco eixos estratégicos de atuação:

- 1. Planejamento e Inteligência de Comunicação:** Coleta de dados sobre a percepção pública dos munícipes, definição do partido temático da Casa de Leis e formulação do conceito criativo das campanhas institucionais e educativas.
- 2. Criação e Direção de Arte:** Redação de roteiros para VT/cinema, spots de rádio, jingles de utilidade pública, posts interativos para redes sociais, websites responsivos e anúncios gráficos impressos.

**3. Produção Técnica de Peças:** Contratação e supervisão de produtoras especializadas de áudio, vídeo, fotografia e computação gráfica para finalização do material aprovado, mediante prévia cotação de preços.

**4. Planejamento e Distribuição de Mídia:** Elaboração do plano de distribuição de mídia, negociação de espaços publicitários (rádio, TV, jornais, OOH, mídia programática e patrocinados virtuais) e envio dos Pedidos de Inserção (PI).

**5. Checagem, Auditoria e Prestação de Contas:** Acompanhamento da veiculação, checagem física/digital dos comprovantes de veiculação (checking de rádio/TV e relatórios de métricas digitais) e conciliação financeira das faturas.

## **9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO (Art. 18, § 1º, Inc. VIII NLLC)**

Analisa-se formalmente o parcelamento do objeto sob as óticas técnica, econômica e operacional dispostas no art. 40 da Lei Federal nº 14.133/2021. Conclui-se fundamentadamente pelo NÃO PARCELAMENTO da solução, adotando-se a adjudicação do objeto a uma ÚNICA agência de propaganda vencedora do certame.

A justificativa para a unicidade contratual fundamenta-se nos seguintes pilares:

- **Unidade Conceitual e de Linguagem:** A comunicação institucional exige coerência estilística, alinhamento conceitual e identidade visual padronizada em todos os canais de divulgação. A divisão do contrato entre diferentes agências geraria fragmentação de linguagem e perda de eficiência comunicacional.
- **Economia de Escala e Negociação Mercadológica:** A contratação de uma única agência permite a otimização na compra de mídia e a obtenção de melhores descontos de escala junto aos veículos de comunicação, reduzindo os custos finais para a Administração.
- **Racionalidade Administrativa e Controle:** A gestão e fiscalização de um único contrato publicitário centralizado evita o fracionamento de recursos humanos e garante o estrito controle sobre a apropriação de despesas, alinhando-se com a jurisprudência dos Tribunais de Contas e com a prática do TCE-GO.

## 10. RESULTADOS PRETENDIDOS (Art. 18, § 1º, Inc. IX da Lei nº 14.133/2021)

Com a efetivação da contratação pretendida, a Câmara Municipal de Caldas Novas busca atingir os seguintes resultados mensuráveis:

- **Fortalecimento da Transparência Ativa:** Garantir que a população do município seja plenamente informada sobre os projetos de lei em trâmite, audiências públicas e matérias legislativas relevantes.
- **Estímulo ao Controle Social e Cidadania:** Fomentar o uso do e-SIC, da Ouvidoria e das transmissões ao vivo das sessões ordinárias, aproximando o cidadão da rotina dos parlamentares.
- **Eficiência e Maximização de Recursos Orçamentários:** Garantir que a aplicação da verba publicitária obtenha os melhores descontos comerciais e benefícios do repasse do desconto de agência nos veículos de comunicação.
- **Disseminação de Campanhas Orientativas de Utilidade Pública:** Promover campanhas educativas orientando a população sobre saúde pública, meio ambiente, turismo sustentável e direitos do consumidor.

## 11. PROVIDÊNCIAS PREVIAS À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO (Art. 18, § 1º, Inc. X NLLC)

Previamente à publicação do edital e à formalização do futuro contrato, a Administração da Câmara Municipal adotará as seguintes providências administrativas:

1. **Designação da Comissão de Contratação:** Composição da comissão encarregada da condução formal das sessões da Concorrência Presencial, nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010 c/c Lei nº 14.133/2021.
2. **Procedimento Regulamentar da Subcomissão Técnica (Lei nº 12.232/2010):** A Administração da Câmara Municipal de Caldas Novas adotará as providências necessárias à formação da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento das propostas técnicas da Concorrência Pública Presencial nº 001/2026, mediante instauração de processo administrativo autônomo, devidamente vinculado ao Processo Administrativo Licitatório nº 2026000866.

O procedimento compreenderá a realização de chamamento público para formação de cadastro de profissionais externos interessados e qualificados, admitindo-se também a inclusão, na relação de profissionais habilitados ao sorteio, daqueles relacionados pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás (SINAPRO-GO), mediante solicitação formal da Administração. Poderão igualmente integrar a relação servidores pertencentes ao quadro funcional da Câmara Municipal que possuam formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, desde que atendidos os requisitos legais aplicáveis.

A escolha dos integrantes ocorrerá exclusivamente por sorteio em sessão pública, a partir de relação nominal previamente constituída e publicada na imprensa oficial, conforme as exigências estabelecidas no art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

A Subcomissão Técnica será constituída por 03 (três) membros titulares, assegurando-se que, pelo menos, 1/3 (um terço) de seus integrantes não mantenha vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão responsável pela licitação.

Considerando que a legislação estabelece percentual mínimo de profissionais sem vínculo com o órgão licitante, sem impor a participação obrigatória de servidores do quadro funcional, a composição poderá contar com um, dois ou três profissionais externos, conforme o resultado do sorteio público, observados os requisitos legais.

Em conformidade com o entendimento firmado no Acórdão nº 1.548/2019 – Plenário do Tribunal de Contas da União, não haverá indicação direta ou designação automática de servidores internos ou de profissionais externos, devendo a escolha dos membros titulares ocorrer efetivamente mediante sorteio público, observada a proporcionalidade legal.

O procedimento compreenderá as seguintes etapas:

**a)** instauração de processo administrativo autônomo, com autorização da autoridade competente e fundamentação da necessidade de formação da Subcomissão Técnica;



- b)** publicação de edital de chamamento público destinado ao cadastramento de profissionais qualificados, com definição dos requisitos de participação, da documentação exigida e das condições aplicáveis à eventual remuneração;
- c)** solicitação formal ao SINAPRO-GO para encaminhamento de relação nominal de profissionais com formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, para inclusão na relação de participantes do sorteio, condicionada à verificação dos requisitos legais aplicáveis;
- d)** análise das inscrições recebidas por meio do chamamento público e da documentação pertinente aos profissionais relacionados pelo SINAPRO-GO, bem como dos eventuais servidores inscritos, com formação da relação nominal de profissionais habilitados;
- e)** publicação da relação nominal na imprensa oficial, com antecedência mínima de 10 (dez) dias em relação à sessão pública de sorteio, observado o quantitativo mínimo previsto no art. 10, §§ 2º e 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010;
- f)** garantia do direito de impugnação fundamentada dos nomes integrantes da relação publicada até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública, com apreciação motivada das impugnações eventualmente apresentadas;
- g)** realização de sessão pública para sorteio dos 03 (três) membros titulares e dos respectivos suplentes, observada a proporcionalidade legal;
- h)** lavratura de ata circunstanciada, com registro do resultado do sorteio, dos profissionais selecionados e da ordem de convocação dos suplentes; e
- i)** formalização da composição definitiva da Subcomissão Técnica por ato da autoridade competente, com juntada dos documentos produzidos aos autos do processo administrativo autônomo e vinculação ao processo licitatório principal.

A formação da Subcomissão Técnica será concluída antes do início das atividades de análise e julgamento das propostas técnicas, assegurando-se o cumprimento da Lei Federal nº 12.232/2010 e dos princípios da legalidade, impessoalidade, publicidade, transparência e julgamento objetivo.

O chamamento público e a solicitação de relação nominal ao SINAPRO-GO constituirão medidas preparatórias destinadas à formação da lista de profissionais aptos a participar do sorteio, não substituindo o sorteio público

obrigatório nem implicando indicação, nomeação ou designação automática para o exercício das funções da Subcomissão Técnica.

**3. Designação da Equipe de Fiscalização:** Expedição de portaria nomeando os servidores que atuarão como Gestor e Fiscal do Contrato Publicitário para atesto e acompanhamento das veiculações.

## **12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES (Art. 18, § 1º, Inc. XI NLLC)**

Para a plena execução do objeto contratual principal de publicidade, faz-se necessária apenas uma providência correlata e instrumental:

- **Remuneração do Membro Externo da Subcomissão Técnica:** A escolha do membro externo ocorre por sorteio público, investindo-o em encargo público temporário (múnus público). Para viabilizar a atuação do profissional sem vínculo, a remuneração por tarefa (análise de proposta técnica) será custeada por dotação orçamentária própria: **04 0101 01 031 7007 2600 –339036 Outros Serviços Terceiros – PF**, fundamentada no levantamento de mercado específico dos autos (SINDJOR-GO e SINAPRO-GO), separando-se a investidura pelo sorteio do enquadramento de indenização contratual.

Não existem outras contratações interdependentes que possam condicionar o início ou a continuidade do contrato de publicidade.

## **13. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E SUSTENTABILIDADE (Art. 18, § 1º, Inc. XII NLLC)**

A prestação de serviços publicitários possui caráter predominantemente intelectual e digital, apresentando baixo impacto ambiental direto. Todavia, em atenção ao Guia de Contratações Sustentáveis, o edital exigirá o cumprimento das seguintes diretrizes de sustentabilidade:

- **Priorização do Formato Digital:** Incentivo à utilização prioritária de mídias e plataformas digitais para a difusão de campanhas, reduzindo a pegada de carbono decorrente da impressão física.

- **Uso de Insumos Ecologicamente Certificados:** Exigência de que os materiais gráficos impressos utilizem papel com certificação ambiental (FSC ou Cerflor) e tintas atóxicas à base vegetal sempre que tecnicamente viável.
- **Gestão de Resíduos e Logística Reversa:** Obrigatoriedade de destinação ambientalmente adequada das sobras de materiais impressos e do descarte de lonas de mídia exterior (OOH) utilizadas no município.

#### **14. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, § 1º, Inc. XIII NLLC)**

Com base em todo o levantamento técnico, na análise de mercado, no balizamento legal especial retificado e na justificativa de interesse público desenvolvida neste Estudo Técnico Preliminar, a equipe de planejamento declara que a contratação de agência de propaganda para o Poder Legislativo de Caldas Novas-GO é TOTALMENTE VIÁVEL E ADEQUADA para o atendimento das necessidades institucionais de comunicação e transparência ativa.

Declara-se que a solução proposta atende com plenitude aos requisitos de conveniência, oportunidade, eficiência e economicidade, recomendando-se o regular prosseguimento do processo licitatório na modalidade Concorrência Presencial do tipo Técnica e Preço.

Caldas Novas - GO, 23 de outubro de 2026.

---

**Marlon Carlos Carneiro De Oliveira**  
Analista Administrativo

---

**Edimar Cândido Da Silva**  
Assessor de Compras