

ESTUDO TÉCNICO PREMILIMINAR

PROBLEMÁTICA: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

1. Introdução

Este Estudo Técnico Preliminar (ETP) tem por finalidade avaliar a necessidade, viabilidade e justificativas para a contratação emergencial, por meio de dispensa de licitação, de agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública no âmbito da Câmara Municipal de Senador Canedo/GO. O presente documento foi elaborado antes da formalização do instrumento detalhado que especifica tecnicamente o objeto (demanda posterior), de modo a atender aos requisitos legais e administrativos previstos na legislação brasileira de licitações e contratos administrativos.

2. Identificação da Necessidade e Contexto

1. Contexto Operacional

- A Câmara Municipal de Senador Canedo/GO necessita manter contínuo o fluxo de informações institucionais e de utilidade pública à população, ressaltando o direito dos cidadãos de serem informados e o dever institucional de transparência e comunicação.
- Recentemente, o processo de licitação para contratação de agência de publicidade, via modalidade concorrência (tipo técnica e preço), foi concluído sem a habilitação de qualquer proponente, resultando na descontinuidade dos serviços de comunicação.
- A ausência de agência contratada impede a veiculação de campanhas de interesse social e ações institucionais planejadas para o semestre, gerando prejuízo à transparência e ao envolvimento da sociedade com as atividades do Poder Legislativo Municipal.

2. Tentativa Anterior de Contratação

- Foi iniciado procedimento licitatório, com abertura em 25 de março de 2025, buscando contratar agência especializada por meio de modalidade que privilegia técnica e preço.



- Na primeira sessão pública realizada em 13 de maio de 2025, todas as propostas técnicas foram desclassificadas em razão do não cumprimento integral das exigências editalícias.
- O reinício do certame implicaria em novo prazo estimado de até 180 (cento e oitenta) dias para conclusão, considerando as etapas obrigatórias de republicação, prazo de apresentação de propostas, julgamento e homologação.

3. Objetivos do Contrato Emergencial

1. Objetivo

Geral

Contratar, de forma emergencial e temporária, uma agência de publicidade para executar, integrar e coordenar todas as etapas de planejamento, produção e veiculação de campanhas institucionais e de utilidade pública, a fim de:

- Assegurar a continuidade dos serviços de comunicação;
- Manter a transparência das ações do Legislativo Municipal;
- Atender à população com informações educativas, informativas e de orientação social.

2. Objetivos Específicos

- Realizar estudo de mercado e público-alvo para definição de canalização de conteúdo;
- Planejar e conceitualizar peças publicitárias alinhadas aos eixos estratégicos prioritários (desenvolvimento social, saúde, educação, geração de trabalho e renda);
- Desenvolver formatos inovadores de comunicação, utilizando novas tecnologias para ampliar o alcance das mensagens;
- Produzir tecnicamente as peças (impressos, digitais, audiovisuais, etc.) e supervisionar sua veiculação;
- Mensurar resultados das campanhas por meio de pesquisas e indicadores de desempenho, garantindo transferência de conhecimento e geração de relatórios.



4. Descrição do Objeto e Serviços

1. Objeto

Principal

Contratação de serviços especializados para execução de campanhas de publicidade institucional e de utilidade pública, mediante as seguintes etapas integradas:

- a) Diagnóstico do cenário institucional e público-alvo;
- b) Definição estratégica de comunicação e conceituação criativa;
- c) Criação de peças publicitárias (online e offline);
- d) Coordenação e supervisão da produção técnica das peças;
- e) Intermediação junto a veículos de mídia (rádio, televisão, jornais, revistas, mídias digitais);
- f) Gestão orçamentária e negociação de descontos junto a fornecedores e veículos.

2. Serviços

Complementares

a) Planejamento e execução de pesquisas de mercado, de opinião pública e outras ferramentas de avaliação com o propósito de:

- Conhecer o ambiente de atuação e veicular corretamente as campanhas;
 - Avaliar desempenho e receptividade das peças publicitárias;
 - Mensurar resultados e gerar indicadores de eficácia.
- b) Desenvolvimento e aplicação de metodologias inovadoras de comunicação publicitária, contemplando:
- Produção de roteiros, storyboards e demais elementos visuais;
 - Utilização de novas tecnologias (mídias digitais, redes sociais, plataformas interativas);
 - Geração de relatórios técnicos e recomendações estratégicas.

3. Prazo de Vigência



- Contrato emergencial com duração inicial de 06 (seis) meses, prorrogável por igual período, com cláusula resolutiva automática assim que se cumpra o novo contrato resultante do certame padrão (técnica e preço).

5. Justificativa para Contratação Emergencial

1. Prejuízo Potencial à Comunicação Institucional

- A interrupção dos serviços de publicidade impacta negativamente a divulgação de ações prioritárias do Legislativo Municipal, reduzindo a transparência e o alcance das informações para a sociedade.
- A Câmara está obrigada a informar sobre direitos e deveres da população, programas sociais, projetos em andamento e benefícios públicos, conforme preconiza o princípio constitucional da publicidade e da eficiência administrativa.

2. Inviabilidade de Nova Licitação em Prazo Útil

- A desclassificação de todas as licitantes na última sessão pública impede a contratação via modalidade regular sem reiniciar o processo, acarretando, em razão dos prazos mínimos legais (publicação de edital, prazos de recursos, julgamento, homologação), expectativa de 180 dias até a assinatura do contrato definitivo.
- Diante deste hiato, a deflagração de procedimento emergencial é imprescindível para suprir a lacuna, evitando a paralisação total das ações de comunicação.

3. Base Legal para Dispensa de Licitação

- A Lei Federal nº 14.133/2021, art. 75, inciso VIII, autoriza a contratação emergencial, sem licitação, quando caracterizada situação que demande atendimento imediato e temporário, cuja adjudicação mediante processo padrão resulte em prejuízo institucional.



- A Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que serviços de mídia e publicidade devem ser realizados por intermédio de agência especializada, conferindo respaldo à formalização emergencial, visto que há risco de descontinuidade das ações institucionais.

6. Estimativa de Preços e Orçamento

1. Projeção Orçamentária

- Valor estimado para a contratação emergencial (exercício 2025): R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).
- O montante cobre todos os custos da prestação de serviços (planejamento, produção, veiculação e coordenação), incluindo taxa de intermediação e encargos sociais, impostos e demais despesas inerentes.

2. Critério de Formação de Preços

- Descontos de até 70% sobre custos internos de prestação de serviços, com base em tabela referencial de custos de agências no estado de Goiás;
- Honorários de 15% incidentes sobre serviços especializados referentes a pesquisas e instrumentos de avaliação;
- Honorários de 15% incidentes sobre desenvolvimento de meios inovadores de comunicação;
- Honorários de até 20% incidentes sobre intermediação de mídia digital sem desconto de agência concedido pelo veículo;
- Percentual bruto de até 20% sobre tabelas de veiculação, conforme normas do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

3. Fonte de Recursos



- A dotação orçamentária consignada no exercício financeiro de 2025, alocada no setor competente, abrange cobertura para toda a vigência inicial de 06 meses e eventual prorrogação, conforme empenho anual.

7. Análise de Alternativas

1. Execução Direta pela Estrutura Interna

- A Câmara não dispõe de equipe técnica ou infraestrutura para a criação, produção e veiculação de campanhas especializadas;
- A execução interna implicaria contratação de pessoal terceirizado e aquisição de equipamentos especializados sem garantia de qualidade comparável à de uma agência especializada.

2. Contratação de Profissionais Autônomos ou Produtores Independentes

- Embora mais célere, não atende à previsão legal que exige, para serviços de publicidade, a intermediação de agência de propaganda registrada no CENP;
- Risco de não obtenção dos descontos negociados junto a veículos, gerando maior custo total.

3. Realização de Nova Licitação em Modalidade Diferente (ex.: Pregão Eletrônico)

- Modalidade pregão não é a mais indicada para serviços que envolvem análise técnica aprofundada e julgamento qualitativo (criação, planejamento, concepção);
- Exige cronograma compatível ao processo de técnica e preço, não mitigando a lacuna temporal de 180 dias.

4. Contratação Emergencial para Agência Especializada

- Atende imediatamente à necessidade de continuidade dos serviços;
- Observa previsão normativa para dispensa de licitação em casos de emergência;



- Garante interlocução direta com veículos de mídia, desconto de agência e adequação técnica das campanhas.

8. Fundamentação Legal

1. Lei Federal nº 8.666/1993 (revogada em parte pela Lei nº 14.133/2021)

- Embora a Lei nº 8.666/1993 tenha sido substituída em suas disposições gerais, ainda apresenta princípios norteadores da atividade licitatória e da legalidade dos contratos administrativos.

2. Lei Federal nº 12.232/2010

- Regula a contratação de serviços de publicidade e dispõe sobre competência para o uso de agências de propaganda;
- Exige que serviços de publicidade sejam prestados necessariamente por meio de agência, amparando a contratação emergencial de agência especializada.

3. Lei Federal nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos)

- Art. 75, inciso VIII: autoriza contratação emergencial, sem licitação, quando caracterizada situação que implique atendimento imediato e temporário, e o procedimento padrão resulte em prejuízo à continuidade dos serviços.
- Art. 175 e seguintes: disciplinam as condições de dispensa de licitação, procedimentos, exigências e justificativas oriundas de situações excepcionais.

4. Lei Orgânica Municipal e Regimento Interno da Câmara Municipal de Senador Canedo/GO

- Prevê a observância dos princípios constitucionais (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência) nas contratações e despesas públicas;
- Autoriza a autorização orçamentária para ações emergenciais de caráter institucional.

9. Impacto Orçamentário e Financeiro



1. Dotação Orçamentária

- Verificada a alocação de recursos financeiros no orçamento anual (exercício 2025) para ações de comunicação e publicidade;
- Valor estimado de R\$ 750.000,00 compatível com dotações previstas para serviços de mídia e publicidade institucional.

2. Prazo e Parcelamento

- Pagamentos previstos em cronograma mensal ou mediante medição de serviços executados;
- Observância dos limites e procedimentos previstos na Lei de Responsabilidade Fiscal.

3. Previsão de Prorrogação

- Caso necessário estender a vigência do contrato emergencial por mais 06 (seis) meses, garantir dotação orçamentária complementar, sem extrapolar limites fixados para o exercício seguinte.

10. Análise de Riscos

1. Risco de Continuidade

- Ausência de planejamento emergencial ou contratação em caráter temporário pode gerar interrupção total das campanhas, acarretando prejuízo institucional e à população.

2. Risco Orçamentário

- O valor estimado pode sofrer variações em função de oscilações de mercado nos preços de mídia;
- Mitigação: previsão de margem para acréscimo de até 20% nos custos de veiculação, com negociação de descontos superiores.

3. Risco Jurídico/Legal



- A justificativa de emergência deve estar adequadamente fundamentada para evitar questionamentos de controle externo ou de órgãos de fiscalização;
- Mitigação: elaboração de parecer jurídico que corrobore a excepcionalidade e urgência da contratação, em conformidade com os dispositivos legais citados.

4. Risco de Qualidade

- Contratação emergencial pode reduzir o tempo para análise de portfólio e capacidade técnica da agência;
- Mitigação: exigir comprovação de registro no conselho profissional (CENP), atestados de capacidade técnica e mini-currículos da equipe envolvida.

11. Conclusão e Recomendações

1. Conclusão

- Vislumbra-se que a única alternativa viável para garantir a continuidade dos serviços de publicidade institucional e de utilidade pública da Câmara Municipal de Senador Canedo/GO, em curto prazo, é a contratação emergencial de agência de propaganda especializada, com dispensa de licitação, com base no disposto na Lei nº 14.133/2021, art. 75, VIII e na Lei nº 12.232/2010.
- A contratação emergencial mitiga o prejuízo à sociedade canedense, assegurando a divulgação de ações legislativas, programas sociais, iniciativas de saúde, educação e demais informações de interesse público.

2. Recomendações

- Formalizar a contratação emergencial mediante procedimento de dispensa de licitação, adotando todos os cuidados para que o processo seja transparente e observem-se estritamente os requisitos de habilitação jurídica, fiscal e técnica;



- Estabelecer cláusulas contratuais que prevejam metas de desempenho, indicadores de resultado (KPIs) e prazos para entrega de relatórios de avaliação de eficácia das campanhas;
- Incluir previsão de prorrogação automática condicionada à conclusão do processo licitatório regular em andamento, para que haja transição adequada entre o contrato emergencial e o contrato definitivo;
- Manter acompanhamento próximo pela Comissão de Licitação e pela Assessoria Jurídica, de forma a assegurar a legitimidade e a economicidade da contratação.

Senador Canedo, 04 de Junho de 2025.

LEONARDO VICTOR AZEVEDO AMARAL
Coordenador de Contratos e Convênios

