



CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 002/2026

Processo Administrativo Nº 2026-COM-102470

APÊNDICE I - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A contratação se faz necessária, considerando que a comunicação é comprovadamente um instrumento essencial para assegurar o acesso à informação pela sociedade. Por meio de campanhas e estratégias de comunicação, os cidadãos Itajaienses têm acesso a informações sobre seus direitos e deveres, bem como sobre ações e políticas públicas promovidas pelo governo.

Nesse contexto, o SEMASA entende que a contratação de serviços especializados em publicidade e propaganda constitui uma iniciativa de caráter contínuo, desempenhando um papel indispensável para garantir uma comunicação transparente, eficiente e eficaz entre o poder público e a comunidade.

Essa iniciativa é crucial para:

- Promover a disseminação de informações relevantes sobre programas, serviços e políticas públicas;
- Fortalecer a relação de confiança e participação entre a administração pública e os cidadãos;
- Estimular o engajamento social e a conscientização sobre temas prioritários para o município.

Além disso, a publicidade institucional desempenha um papel estratégico em diversas áreas. No setor de fornecimento de água e coleta e tratamento de esgoto, é preciso manter a população informada sobre as obras e serviços relevantes, avisar sobre problemas como a falta de água, a necessidade de uso racional dela, e também da importância de conectar sua residência ou empresa à rede de coleta de esgoto. Em igual forma, para divulgar os meios de contato da população com o SEMASA, para avisos de falta de água, de vazamentos e outros problemas.

A ausência de publicidade inviabiliza a realização de campanhas de conscientização e deixa a população desinformada sobre os avanços dos trabalhos do SEMASA.

Na área de mobilidade, afetada por vezes pelas obras da empresa, a falta de campanhas informativas sobre mudanças eventuais pode causar desorganização, atrasos e até o aumento no número de acidentes, afetando diretamente a rotina da população.

Ademais, campanhas voltadas para públicos específicos, como crianças, adolescentes, desempenham um papel fundamental no fortalecimento da consciência de uso racional da água, focado nas gerações que ainda estão em formação.

Portanto, a contratação proposta não apenas atende à necessidade de manter uma comunicação estruturada, mas também reflete o compromisso com a transparência, a acessibilidade e o fortalecimento do vínculo entre o SEMASA e a população.



2. ÁREA REQUISITANTE

Setor de Comunicação – Eduardo Linesio Reis

3. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A contratação segue os ritos da Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Para tanto, a referida lei diz que obrigatoriamente devem-se adotar para a concorrência os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, sendo que para essa contratação optou-se pelo tipo técnica e preço.

Poderá participar da concorrência a licitante que:

- a) atender as condições previstas no edital e apresentar os documentos nele exigidos;
- b) não tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com o Poder Público.

Nenhuma licitante poderá participar da concorrência com mais de uma proposta.

Nenhuma pessoa física, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma pessoa jurídica licitante. Esse representante, todavia, poderá fazer-se acompanhar de um assessor.

Também ficam impedidas de participar do certame, pessoas jurídicas que, dentre seus dirigentes (responsáveis técnicos ou legais), suas equipes técnicas, bem como, dentre eventuais subcontratados, figure ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta do Município de Itajaí e suas autarquias, empresas controladas e fundações.

Não será admitida a participação de empresas em consórcio.

O procedimento licitatório será processado e julgado na forma da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010, cabendo ao agente designado a condução do certame, com apoio da equipe designada, ressalvada a competência da Subcomissão Técnica para julgamento das propostas técnicas.

A subcomissão técnica, será constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, conforme Lei nº 12.232/2010.

A concorrência será processada e julgada pela Comissão Especial, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

Para garantir a plena execução do contrato e a legalidade do processo licitatório, as empresas participantes deverão atender a uma série de requisitos de habilitação técnica, jurídica, fiscal e econômico-financeira, assegurando a capacidade e a idoneidade dos licitantes.

4. DEMAIS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Não se aplica.



5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

A licitação por meio de edital de concorrência, com base na Lei nº 12.232/2010, é obrigatoriamente seguida em todos os âmbitos governamentais — União, Estados, Distrito Federal e Municípios, adotando-se como os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

O valor estimado para a concorrência no SEMASA está alinhado com os padrões praticados em outras autarquias de municípios com porte aproximado, conforme demonstrado na tabela a seguir:

CIDADE	VALOR
Joinville	R\$ 4.500,000,00
Blumenau	R\$ 1.500.000,00
Balneário Camboriú	R\$ 2.000,000,00

6. ESTIMATIVA DA QUANTIDADE

Com a contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, o Semasa terá a capacidade de alcançar uma ampla parcela da população por meio de campanhas publicitárias diversificadas e estratégicas. Atualmente, Itajaí possui uma população estimada em aproximadamente 264 mil habitantes (Censo 2022), abrangendo uma grande diversidade de perfis socioeconômicos e culturais.

As campanhas publicitárias a serem realizadas pelo SEMASA terão o potencial de atingir diretamente essa população, promovendo informações sobre direitos, deveres, serviços públicos, ações da empresa e políticas públicas. A diversidade das campanhas permitirá que elas sejam direcionadas a diferentes públicos, como jovens, adultos, idosos, trabalhadores e comunidades específicas, maximizando o alcance e o impacto das mensagens.

Além disso, a comunicação será veiculada por meio de canais variados, como mídias digitais, redes sociais, rádio, televisão, impressos e ações em espaços públicos. Essa abordagem multicanal garantirá que as informações cheguem a todos os cantos do município, incluindo áreas mais periféricas, assegurando o direito à informação de forma inclusiva e acessível.

Espera-se que as campanhas não apenas informem, mas também engajem a população, contribuindo para a conscientização e o fortalecimento da relação entre o Semasa e os cidadãos. Ao atingir um número significativo de pessoas, a publicidade torna-se uma ferramenta indispensável para promover uma sociedade mais informada, participativa e integrada.

7. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Fundamentação: O valor estimado da contratação é de R\$ 2.612.557,00 (dois milhões seiscentos e doze mil, quinhentos e cinquenta e sete reais).

Dispensa apresentação de orçamentos, pois neste tipo de processo os valores dos serviços são baseados na tabela SINAPRO/SC

8. JUSTIFICATIVA PARA O VALOR

O valor estimado para a presente contratação foi atualizado de **R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)**, previsto na última concorrência pública realizada por esta Autarquia para a contratação de agência de publicidade, para **R\$ 2.612.557,00 (dois milhões, seiscentos e doze mil, quinhentos e cinquenta e sete reais)**.

A atualização representa um acréscimo de aproximadamente **4,50%**, decorrente da necessidade de adequação dos valores às atuais condições de mercado, considerando a evolução dos custos inerentes à prestação dos serviços especializados de publicidade e propaganda desde a realização do último certame.

Ressalta-se, ainda, que o percentual de atualização adotado se mostra moderado e compatível com a variação dos preços observada no período, não caracterizando ampliação do objeto contratual, mas tão somente a recomposição do valor estimado para preservar sua aderência às condições econômicas vigentes.

Assim, a atualização do valor estimado para **R\$ 2.612.557,00** atende aos princípios da eficiência, da economicidade, do planejamento e da busca da proposta mais vantajosa para a Administração Pública, contribuindo para a realização de um procedimento licitatório competitivo, transparente e alinhado às práticas atuais do mercado publicitário.

9. ANÁLISE COMPARATIVA DE CUSTOS

Alternativa 1 – Execução integral por equipe interna

Requisitos:

- Ampliação da estrutura de pessoal especializado
- Investimento em softwares de criação e edição
- Estrutura para negociação e compra de mídia
- Capacitação contínua da equipe

Análise qualitativa:

A Autarquia não dispõe de estrutura técnica completa para execução de todas as etapas do processo publicitário, especialmente no que se refere à criação estratégica, compra de mídia e mensuração de resultados.

Análise econômica:

Demandaria contratação de servidores ou cargos comissionados especializados, aquisição de licenças de software e estrutura operacional permanente, elevando o custo fixo da administração.

Conclusão:

Alternativa tecnicamente limitada e economicamente menos vantajosa.

Alternativa 2 – Contratação fragmentada de serviços

Requisitos:

- Contratação separada de designer, produtor audiovisual, gestor de mídia e consultor estratégico
- Múltiplos contratos administrativos
- Coordenação interna das entregas

Análise qualitativa:

Há risco de desalinhamento estratégico, retrabalho e dificuldade de responsabilização.

Análise econômica:

A gestão de múltiplos contratos aumenta custo administrativo indireto e risco de sobreposição de despesas.

Conclusão:

Alternativa operacionalmente mais complexa e com risco de ineficiência.

Alternativa 3 – Contratação de agência de publicidade integrada (solução escolhida)

Requisitos:

- Agência certificada conforme legislação específica
- Equipe técnica multidisciplinar
- Gestão integrada de planejamento, criação e veiculação

Análise qualitativa:

Garante unidade estratégica, padronização da comunicação institucional e maior controle técnico das campanhas.

Análise econômica:

Permite contratação sob demanda, com custo variável conforme necessidade, evitando ampliação de estrutura permanente da Autarquia.

Conclusão:

Alternativa mais adequada sob os aspectos técnico, operacional e econômico, apresentando melhor relação entre custo e benefício.

10. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

Embora os serviços de marketing sejam tecnicamente divisíveis, a análise de mercado demonstrou que as agências que atuam no segmento institucional oferecem soluções integradas, envolvendo planejamento, criação, mídia e monitoramento sob gestão unificada.

A eventual divisão do objeto exigiria da Administração:

- Estrutura interna para coordenação estratégica entre múltiplos contratos;
- Gestão paralela de cronogramas, aprovações e responsabilidades;
- Mediação de conflitos técnicos entre fornecedores distintos;
- Consolidação interna de dados e métricas de desempenho.

Considerando que a autarquia não dispõe de equipe técnica dedicada à coordenação de múltiplos contratos de comunicação, o parcelamento implicaria aumento de risco operacional e potencial ineficiência administrativa.

Além disso, a integração entre planejamento, criação e execução impacta diretamente a coerência da comunicação institucional, sendo elemento essencial à estratégia de posicionamento da entidade.

Diante disso, conclui-se que o parcelamento não se mostra técnica nem economicamente vantajoso no caso concreto, sendo a contratação integrada a solução mais eficiente e aderente ao interesse público.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Atualmente encontra-se vigente contrato de prestação de serviços de publicidade institucional 001/2024, cujo prazo de execução e vigência foi prorrogado por 09 meses, compreendendo o período de 02/01/2026 a 02/10/2026.

A referida contratação é classificada como **correlata**, uma vez que possui afinidade direta com o objeto pretendido neste Estudo Técnico Preliminar, tratando-se da mesma natureza de serviço.

Não se trata de contratação interdependente, pois a futura contratação não depende da execução de outro objeto para sua viabilização. No entanto, demanda planejamento adequado para evitar sobreposição contratual, descontinuidade na prestação dos serviços ou execução simultânea indevida.

Para mitigar riscos, deverá ser observado:

- Planejamento da nova licitação com antecedência suficiente para conclusão antes do término da vigência atual;
- Previsão de transição contratual organizada, caso haja mudança de agência;
- Encerramento regular do contrato vigente com prestação de contas e comprovação das veiculações realizadas.
- Início do novo contrato somente após findo o contrato atualmente vigente.

Não há outras contratações correlatas ou interdependentes identificadas no âmbito da Autarquia que interfiram diretamente na presente demanda.

12. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

A presente contratação decorre do Documento de Formalização da Demanda elaborado pelo Setor de Comunicação, no qual foi identificada a necessidade de contratação de serviços de publicidade institucional.

A demanda encontra-se alinhada ao planejamento administrativo da Autarquia e será inserida no Plano de Contratações Anual do exercício correspondente, conforme cronograma de consolidação do PCA pelo Município de Itajaí.

Registra-se que o ETP foi elaborado em conformidade com a necessidade previamente formalizada no DFD, garantindo aderência ao planejamento institucional.

13. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

A contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda visa alcançar resultados significativos no desempenho das competências institucionais do SEMASA, com impactos positivos tanto na comunicação pública quanto na transparência governamental.

Entre os principais resultados pretendidos estão:

1. Comunicação mais eficaz e orientada ao cidadão

A publicidade será utilizada como uma ferramenta estratégica para orientar, educar e mobilizar a população, promovendo o acesso a informações relevantes sobre os serviços públicos disponíveis e

incentivando posturas que beneficiem a qualidade de vida dos cidadãos. Isso permitirá que a população compreenda, utilize e participe de forma mais ativa das ações e políticas públicas implementadas.

2. Disseminação eficiente e qualificada das mensagens

Com o apoio técnico da agência contratada, o Semasa buscará maximizar a qualidade e a efetividade das campanhas publicitárias, utilizando profissionais qualificados e soluções inovadoras para criar mensagens claras e impactantes. A intermediação com fornecedores especializados e veículos de comunicação garantirá a tempestividade e assertividade na divulgação das mensagens, mesmo em um cenário de grande concorrência com conteúdos privados.

3. Fortalecimento da transparência e do controle social

A publicidade também desempenhará um papel essencial na ampliação da transparência dos atos do SEMASA, garantindo que a população seja informada sobre a destinação dos recursos públicos e as iniciativas da empresa. Isso reforça o compromisso do município com a prestação de contas e contribui para o fortalecimento do controle social e da cidadania.

4. Apoio ao planejamento e execução de estratégias de comunicação

A expertise técnica da agência contratada será utilizada para apoiar as equipes internas do SEMASA na formulação e execução de estratégias de comunicação integradas e alinhadas às prioridades institucionais. Essa colaboração garantirá maior adequação e eficiência ao planejamento das ações de comunicação das diversas pastas municipais.

5. Maior impacto e engajamento do público-alvo

Por meio do desenvolvimento de campanhas publicitárias direcionadas e bem planejadas, o SEMASA pretende atingir seus públicos-alvo de forma mais assertiva, concorrendo pela atenção e pelo entendimento dos cidadãos em meio ao grande volume de informações divulgadas diariamente.

6. Eficiência operacional e inovação

A gestão integrada dos serviços, com supervisão técnica da agência contratada, permitirá maior agilidade nos processos de produção e veiculação de campanhas. Essa abordagem gera eficiência operacional e promove a inovação, garantindo que as mensagens institucionais sejam comunicadas de forma ágil e impactante.

Com a contratação da agência de propaganda, o SEMASA de Itajaí espera consolidar um modelo de comunicação pública mais transparente, eficiente e orientado às necessidades da população. Essa iniciativa reflete o compromisso da administração em implementar políticas de comunicação que promovam o acesso à informação, fortaleçam a cidadania e assegurem o cumprimento pleno de sua missão institucional.

14. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Não se aplica

15. IMPACTOS AMBIENTAIS

Conforme o art. 11, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021, as contratações públicas devem atender a critérios de sustentabilidade, considerando os impactos ambientais das atividades realizadas. Embora a contratação de serviços de publicidade não esteja diretamente vinculada a atividades industriais ou

de significativo impacto ambiental, é fundamental que as práticas adotadas incorporem medidas sustentáveis.

Nesse sentido, é imprescindível que as campanhas publicitárias e os serviços correlatos priorizem a redução do uso de recursos naturais, como papel e materiais impressos, optando por meios digitais e sustentáveis sempre que possível. Além disso, devem ser incentivadas práticas que promovam a gestão eficiente de resíduos e a reutilização ou reciclagem de materiais utilizados na execução das campanhas, contribuindo assim para a preservação ambiental.

Essa abordagem reforça o compromisso da Administração Pública com a sustentabilidade, alinhando as ações institucionais aos princípios de responsabilidade ambiental e ao desenvolvimento sustentável, sem comprometer a qualidade e o alcance das comunicações realizadas.

16. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO (VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO)

Classificação: 1 – Viável

15.1 Justificativa

A contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda mostra-se viável sob os aspectos técnico, funcional, econômico e institucional, conforme análises realizadas neste Estudo Técnico Preliminar.

1) Razões que motivaram a escolha da solução

A solução escolhida, consistente na contratação de agência de publicidade mediante concorrência do tipo técnica e preço, nos termos da Lei nº 12.232/2010, fundamenta-se nos seguintes elementos:

- Necessidade institucional contínua de comunicação pública estruturada;
- Inexistência de estrutura interna suficiente para execução integral dos serviços especializados de planejamento, criação, produção e veiculação;
- Complexidade técnica das atividades envolvidas;
- Compatibilidade do valor estimado com padrões praticados por municípios de porte semelhante;
- Existência de dotação orçamentária específica para suportar a despesa.

A análise técnico-funcional demonstrou que a solução atende às demandas relacionadas à divulgação de serviços essenciais, campanhas educativas e comunicação de utilidade pública.

A análise econômica indicou compatibilidade do valor estimado com o mercado e adequação à capacidade orçamentária da Autarquia.

2) Benefícios institucionais da solução escolhida

Eficácia

A contratação permitirá a execução de campanhas com planejamento técnico adequado, observando prazos, padrões de qualidade e metas previamente definidos, garantindo a entrega regular das ações de comunicação.

Efetividade

A solução contribui diretamente para a ampliação do acesso da população às informações sobre abastecimento de água, esgotamento sanitário e serviços prestados, além de promover o uso racional da água, apoiar ações de transparência e fortalecer o controle social.

Eficiência

A execução dos serviços por agência especializada assegura maior qualidade técnica, integração das

etapas de planejamento e execução e melhor aproveitamento dos recursos públicos, reduzindo retrabalho e falhas de comunicação.

Economicidade

A adoção do critério técnica e preço possibilita selecionar proposta com melhor relação entre custo e benefício, equilibrando qualidade técnica e valor contratado. A gestão contratual unificada também reduz custos administrativos indiretos.

Conclusão

Diante das análises realizadas, conclui-se que a contratação é tecnicamente adequada, economicamente compatível e institucionalmente necessária, não havendo impedimentos que comprometam sua implementação.

Assim, manifesta-se pelo posicionamento conclusivo de VIABILIDADE da contratação.

17. GERENCIAMENTO DE RISCOS

RISCO 01	
Descrição/Dano: Planejamento inadequado das campanhas, resultando em baixa efetividade das ações de comunicação e desperdício de recursos públicos.	
Probabilidade: () Baixa (x) Média. () Alta	
Impacto : () Baixa () Média. (x) Alta	
Ação Preventiva: Definição clara de briefing institucional, metas e público-alvo a cada campanha, além de exigência de plano de comunicação detalhado e aprovação prévia das estratégias pela área técnica.	Responsável Setor de Comunicação / Fiscal do Contrato
Ação de Contingência: Revisão das estratégias e ajustes no planejamento das campanhas, com eventual redirecionamento de mídia e adequação das peças publicitárias sem aumento de custo contratual.	Responsável Fiscal do Contrato / Agência Contratada

RISCO 02	
Descrição/Dano: Atraso na entrega de campanhas institucionais, especialmente em situações emergenciais, comprometendo a divulgação de informações relevantes à população.	
Probabilidade: (x) Baixa () Média. () Alta	
Impacto : () Baixa (x) Média. () Alta	



Ação Preventiva: Estabelecimento de prazos contratuais objetivos para entrega de peças e previsão de atendimento prioritário para campanhas de utilidade pública.	Responsável Fiscal do Contrato/ Gestor de Contrato
Ação de Contingência: Aplicação das penalidades previstas no contrato e reorganização do cronograma de veiculação.	Responsável Fiscal do Contrato/ Gestor de Contrato

RISCO 03	
Descrição/Dano: Irregularidades na comprovação de despesas com veiculação e produção, gerando risco de glosa ou apontamento pelos órgãos de controle.	
Probabilidade: (x) Baixa () Média. () Alta	
Impacto : () Baixa () Média. (x) Alta	
Ação Preventiva: Exigência de apresentação de notas fiscais, planos de mídia detalhados, comprovantes de veiculação e relatórios técnicos, conforme Lei nº 12.232/2010.	Responsável Fiscal do Contrato/ Gestor de Contrato
Ação de Contingência: Suspensão de pagamento até regularização documental e eventual instauração de procedimento administrativo para apuração.	Responsável Fiscal do Contrato/ Gestor de Contrato

Itajaí SC, 14 de Julho de 2026

Documento assinado digitalmente
gov.br EDUARDO LINESIO REIS
Data: 18/08/2026 17:25:08-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Eduardo Linésio Reis
Assessor de Comunicação





DESPACHO DA AUTORIDADE COMPETENTE

Aprovo este Estudo técnico preliminar para **contratação de serviços especializados em publicidade e propaganda.**

Fica também autorizado o envio do processo para a área requisitante para a elaboração do termo de referência.

Itajaí SC, **16 de julho** de 2026.

Celso Hugo Praun Filho
Diretor Geral