

PREFEITURA MUNICIPAL DE PADRE MARCOS/PI

Estudo Técnico Preliminar 19/2026

1. Informações Básicas

Número do processo:

2. Descrição da necessidade

A **descrição da necessidade** decorre da obrigação do Município de **assegurar a ampla divulgação** de atos oficiais e de interesse público, bem como de **informar, orientar e mobilizar** a população acerca de programas, obras, serviços, campanhas, festividades e demais ações promovidas pela Administração Municipal e iniciativas comunitárias apoiadas pelo Poder Público, garantindo **transparência, publicidade institucional e acesso à informação**.

Nesse contexto, faz-se necessária a **prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda**, com planejamento, produção e veiculação de conteúdos informativos (como comunicados, avisos, chamadas, peças digitais e/ou impressas, registros e divulgações em canais adequados), de modo a:

- **Dar publicidade** a ações e decisões administrativas relevantes para o cidadão;
- **Ampliar o alcance** das informações e serviços ofertados pelas Secretarias e órgãos municipais;
- **Fortalecer a comunicação institucional** com a população urbana e rural;
- **Garantir efetividade** na divulgação de campanhas educativas e preventivas (saúde, educação, assistência social, meio ambiente, tributos, entre outras);
- **Promover engajamento social** e participação comunitária em eventos e ações públicas;
- **Padronizar e profissionalizar** a comunicação, assegurando clareza, objetividade e linguagem acessível.

Assim, a contratação se justifica para atender à necessidade contínua do Município de Padre Marcos – PI de manter uma comunicação pública eficiente, organizada e de amplo alcance, contribuindo para a **efetividade das políticas públicas**, a **transparência administrativa** e o **atendimento ao interesse público**.

3. Descrição dos Requisitos da Contratação

Para atendimento às necessidades de **prestação dos serviços de publicidade e propaganda** de atos, programas, obras, serviços, campanhas, festividades e ações do Poder Público Municipal e comunitário do Município de Padre Marcos – PI, a contratação deverá contemplar, no mínimo, os seguintes requisitos:

3.1. Requisitos técnicos e operacionais

- a) Prestação de serviços de comunicação e divulgação institucional, com capacidade de **planejamento, criação, produção e veiculação** de peças publicitárias e informativas.
- b) Elaboração e execução de **campanhas e ações de divulgação**, conforme demandas das Secretarias Municipais e demais órgãos vinculados ao Município.
- c) Produção de conteúdos em formatos adequados aos canais utilizados, incluindo, quando solicitado: **artes gráficas**, textos institucionais, cards, banners, folders, spots, chamadas e materiais de divulgação correlatos.
- d) Atendimento sob demanda, com **entregas conforme solicitação** do setor competente, respeitando prazos definidos pela Administração.
- e) Garantia de **qualidade técnica** das peças e materiais produzidos, com comunicação clara, linguagem acessível e padronização visual, quando aplicável.

3.2. Requisitos de veiculação e alcance

- a) Disponibilidade para divulgar conteúdos em canais aptos a alcançar a população local, incluindo **meios físicos e digitais**, conforme planejamento aprovado pela Administração.
- b) Possibilidade de execução de divulgação de eventos e ações em prazos reduzidos, quando se tratar de **campanhas urgentes** (ex.: saúde pública,

utilidade pública, comunicados emergenciais).

c) Manutenção de rotinas de divulgação compatíveis com a necessidade de comunicação institucional contínua do Município.

3.3. Requisitos de conformidade e legalidade

a) Observância aos princípios aplicáveis à Administração Pública, especialmente **publicidade, impessoalidade, moralidade, eficiência e interesse público**, evitando promoção pessoal de agentes públicos.

b) Atendimento às diretrizes legais e normativas relativas à **publicidade institucional**, garantindo que o conteúdo tenha caráter informativo, educativo ou de orientação social.

c) Compromisso com a veracidade das informações veiculadas, seguindo conteúdos e orientações fornecidos e aprovados pela Administração.

3.4. Requisitos de gestão, controle e comprovação

a) Apresentação de **relatórios e/ou comprovações** dos serviços executados, quando solicitado, contendo evidências das divulgações realizadas (ex.: registros, links, prints, relatórios de execução, listas de veiculações, entre outros meios idôneos).

b) Disponibilidade para ajustes e correções nas peças e materiais, sem ônus adicional, quando necessários para adequação ao interesse público e às orientações do Município.

c) Indicação de responsável técnico/representante para interlocução com a Administração e recebimento das demandas.

3.5. Requisitos de prazos e disponibilidade

a) Cumprimento de prazos de produção e divulgação conforme cronograma/demanda do Município, com prioridade para ações essenciais.

b) Disponibilidade para atendimento em período compatível com o calendário institucional e eventos municipais, incluindo ações em finais de semana e feriados quando houver festividades e eventos oficiais.

4. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Prefeitura Municipal de Padre Marcos PI	Wiliane Kelly da Silva

5. Levantamento de Mercado

Para subsidiar a estimativa de preços e verificar a compatibilidade do objeto com os valores praticados no mercado, foi realizado **levantamento de mercado** mediante consulta a fornecedores/veículos com atuação na área de **publicidade e propaganda institucional**, contemplando divulgação de atos, programas, obras, serviços, campanhas, festividades e demais ações do Poder Público Municipal e comunitário do Município de Padre Marcos – PI, com atendimento **por demanda**.

A pesquisa considerou a execução do serviço organizada em **02 (dois) lotes**, com **período de 10 (dez) meses**, conforme estrutura abaixo:

- **LOTE 01:** SEC. MUN. EDUCAÇÃO; SEC. MUN. ASSISTÊNCIA SOCIAL; SEC. MUN. CULTURA; SEC. MUN. AGRICULTURA.
- **LOTE 02:** PREFEITURA; SEC. MUN. ADMINISTRAÇÃO; SEC. MUN. SAÚDE; GABINETE MUNICIPAL.

Foram obtidas propostas/cotações das seguintes empresas:

5.1. Empresa 01 – Piauí em Foco (Cleiton Jarmes da Silva – CNPJ nº 15.031.963/0001-20)

LOTE 01 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 3.900,00 (**três mil e novecentos reais**)
- Valor total: R\$ 39.000,00 (**trinta e nove mil reais**)

LOTE 02 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 3.900,00 (**três mil e novecentos reais**)
- Valor total: R\$ 39.000,00 (**trinta e nove mil reais**)

Total geral (Lote 01 + Lote 02): R\$ 78.000,00 (**setenta e oito mil reais**)

5.2. Empresa 02 – Cidades na Net Comunicações (Mariana C. Veloso – ME – CNPJ nº 29.457.811/0001-06)

LOTE 01 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 5.000,00 (**cinco mil reais**)
- Valor total: R\$ 55.000,00 (**cinquenta e cinco mil reais**)

LOTE 02 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 5.100,00 (**cinco mil e cem reais**)
- Valor total: R\$ 51.000,00 (**cinquenta e um mil reais**)

Total geral (Lote 01 + Lote 02): R\$ 106.000,00 (**cento e seis mil reais**)

5.3. Empresa 03 – Ideal Comunicação e Publicidade (Ana Patrícia de Sousa Rodrigues – ME – CNPJ nº 22.317.794/0001-54)

(Valor de referência a ser publicado/considerado na estimativa)

LOTE 01 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 4.700,00 (**quatro mil e setecentos reais**)
- Valor total: R\$ 47.000,00 (**quarenta e sete mil reais**)

LOTE 02 (10 meses):

- Valor mensal: R\$ 4.666,67 (**quatro mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos**)
- Valor total: R\$ 46.666,67 (**quarenta e seis mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos**)

Total geral (Lote 01 + Lote 02): R\$ 93.666,67 (**noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos**)

5.4. Conclusão do Levantamento de Mercado

A pesquisa de mercado demonstrou variação de preços entre os fornecedores consultados, com **totais gerais** apurados de:

- **R\$ 78.000,00 (setenta e oito mil reais)** – menor valor;
- **R\$ 106.000,00 (cento e seis mil reais)** – maior valor;
- **R\$ 93.666,67 (noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos)** – **valor de referência a ser publicado e utilizado como parâmetro.**

Diante disso, para fins de planejamento, estimativa e divulgação do valor de referência, **adota-se como estimativa da contratação** o montante global de **R\$ 93.666,67 (noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos)**, correspondente ao somatório dos Lotes 01 e 02, para o período de 10 (dez) meses, ressalvada a apuração final conforme critérios do edital e julgamento do certame.

6. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

Considerando que o objeto consiste na **prestação contínua e sob demanda** de serviços de publicidade e propaganda institucional para divulgação de atos, programas, obras, serviços, campanhas, festividades e ações do Poder Público Municipal e comunitário do Município de Padre Marcos – PI, a estimativa de quantitativos será definida **por período de execução e por lote**, uma vez que a natureza do serviço não permite mensuração prévia precisa por “unidade” (peça, postagem, anúncio), variando conforme calendário institucional, campanhas e necessidades eventuais.

Assim, para fins de planejamento e composição do orçamento estimado, adota-se como parâmetro a contratação pelo período de **10 (dez) meses**, com divisão em **02 (dois) lotes**, conforme órgãos atendidos:

LOTE 01 – 10 (dez) meses

Atendimento às demandas de divulgação da:

- Secretaria Municipal de Educação;
- Secretaria Municipal de Assistência Social;

- Secretaria Municipal de Cultura;
- Secretaria Municipal de Agricultura.

Quantidade estimada: 01 (um) serviço mensal, pelo período de 10 (dez) meses, totalizando **10 (dez) meses de execução**.

LOTE 02 – 10 (dez) meses

Atendimento às demandas de divulgação da:

- Prefeitura Municipal;
- Secretaria Municipal de Administração;
- Secretaria Municipal de Saúde;
- Gabinete Municipal.

Quantidade estimada: 01 (um) serviço mensal, pelo período de 10 (dez) meses, totalizando **10 (dez) meses de execução**.

Consolidação das quantidades estimadas:

- **Lote 01:** 10 (dez) meses de prestação dos serviços;
- **Lote 02:** 10 (dez) meses de prestação dos serviços;
- **Total estimado:** 20 (vinte) meses-lote (somatório do período dos dois lotes), exclusivamente para fins de estimativa e planejamento.

Ressalta-se que a execução ocorrerá **mediante solicitação** do setor competente, com produção e veiculação de conteúdos conforme necessidade administrativa, respeitando os limites contratuais, a disponibilidade orçamentária e os princípios da publicidade institucional.

LOTE 01

ITEM	DESCRIÇÃO	PERÍODO (MESES)	VALOR MENSAL	VALOR TOTAL
1	SEC. MUN. EDUCAÇÃO; SEC. MUN. ASSISTÊNCIA SOCIAL; SEC. MUN. CULTURA; SEC. MUN. AGRICULTURA	10	R\$ 4.700,00	R\$ 47.000,00

VALOR TOTAL (LOTE 01): R\$ 47.000,00

LOTE 02

ITEM	DESCRIÇÃO	PERÍODO (MESES)	VALOR MENSAL	VALOR TOTAL
1	PREFEITURA; SEC. MUN. ADMINISTRAÇÃO; SEC. MUN. SAÚDE; GABINETE MUNICIPAL	10	R\$ 4.666,67	R\$ 46.666,67

VALOR TOTAL (LOTE 02): R\$ 46.666,67

TOTAL GERAL DOS LOTES

R\$ 93.666,67 (noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos).

7. Descrição da solução como um todo

A solução proposta consiste na **contratação de empresa especializada** para a **prestação de serviços de publicidade e propaganda institucional**, com atuação voltada à **produção, divulgação e veiculação** de informações de interesse público relacionadas aos atos, programas, obras, serviços, campanhas, festividades e demais ações promovidas pelo Poder Público Municipal e comunitário do Município de Padre Marcos – PI.

A execução ocorrerá de forma **contínua e sob demanda**, conforme solicitações das Secretarias e órgãos municipais, abrangendo **planejamento básico de divulgação**, criação e adequação de conteúdos (textos, artes e peças informativas), bem como a realização de publicações nos canais adequados, visando garantir **alcance, clareza, tempestividade e padronização** da comunicação pública.

A solução está organizada em **02 (dois) lotes**, de acordo com o agrupamento dos órgãos atendidos:

- **LOTE 01:** atendimento às necessidades da Secretaria Municipal de Educação, Secretaria Municipal de Assistência Social, Secretaria Municipal de Cultura e Secretaria Municipal de Agricultura, pelo período estimado de **10 (dez) meses**;
- **LOTE 02:** atendimento às necessidades da Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal de Administração, Secretaria Municipal de Saúde e Gabinete Municipal, pelo período estimado de **10 (dez) meses**.

Como resultado esperado, a contratação garantirá um serviço integrado de comunicação institucional, assegurando que as informações oficiais sejam divulgadas de maneira **impessoal, educativa, informativa e de orientação social**, ampliando o acesso do cidadão às ações públicas e fortalecendo a transparência e a efetividade das políticas municipais.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 93.666,67

A estimativa do valor da contratação foi definida com base no **levantamento de mercado** e no **valor de referência adotado para publicação**, considerando a execução dos serviços pelo período de **10 (dez) meses**, com divisão em **02 (dois) lotes**, conforme órgãos atendidos.

LOTE 01 (10 meses) – SEC. MUN. EDUCAÇÃO; SEC. MUN. ASSISTÊNCIA SOCIAL; SEC. MUN. CULTURA; SEC. MUN. AGRICULTURA:

- **Valor mensal:** R\$ 4.700,00 (**quatro mil e setecentos reais**)
- **Valor total do lote:** R\$ 47.000,00 (**quarenta e sete mil reais**)

LOTE 02 (10 meses) – PREFEITURA; SEC. MUN. ADMINISTRAÇÃO; SEC. MUN. SAÚDE; GABINETE MUNICIPAL:

- **Valor mensal:** R\$ 4.666,67 (**quatro mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos**)
- **Valor total do lote:** R\$ 46.666,67 (**quarenta e seis mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos**)

VALOR GLOBAL ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO (Lotes 01 e 02):

R\$ 93.666,67 (noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos), para o período total estimado de 10 (dez) meses, considerando a execução integral dos lotes conforme demanda dos órgãos participantes.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

A presente contratação **adota o parcelamento do objeto em lotes**, como forma de organizar a execução dos serviços e ampliar a competitividade, sem prejuízo da eficiência administrativa.

O parcelamento foi estruturado em **02 (dois) lotes**, definidos por **agrupamento de órgãos/secretarias com demandas semelhantes**, o que permite:

- a) **Maior competitividade**, possibilitando a participação de empresas com capacidade de atendimento parcial, sem exigir estrutura excessiva para atender todo o Município de uma só vez;
- b) **Melhor gestão e controle da execução**, pois o acompanhamento e a fiscalização ficam segmentados por lote, com maior clareza sobre as demandas e entregas;
- c) **Aprimoramento do planejamento de divulgação**, considerando que os órgãos agrupados em cada lote tendem a possuir calendário e perfil de ações próximos (educação/assistência/cultura/agricultura no Lote 01 e gestão central/saúde/administração/gabinete no Lote 02);
- d) **Facilidade de mensuração e alocação orçamentária**, permitindo melhor vinculação das despesas às respectivas unidades demandantes;
- e) **Redução de riscos operacionais**, evitando dependência exclusiva de um único fornecedor para toda a comunicação institucional.

Ressalta-se que, embora o objeto possua natureza integrada (serviços de publicidade e propaganda institucional), o parcelamento **não compromete a funcionalidade da solução**, pois cada lote é plenamente executável de forma independente, mantendo-se o mesmo padrão de qualidade e o atendimento sob demanda.

Dessa forma, o parcelamento em lotes mostra-se **tecnicamente viável, economicamente vantajoso e administrativamente recomendável**, em observância aos princípios da eficiência, economicidade e ampla competitividade nas contratações públicas.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Não há, no momento, **contratações correlatas e/ou interdependentes** que condicionem a execução do objeto, tendo em vista que a prestação dos serviços de publicidade e propaganda institucional pode ser realizada de forma **autônoma**, mediante demanda dos órgãos municipais, sem depender de contratação prévia ou simultânea de outros bens ou serviços.

Ressalta-se, contudo, que a execução pode guardar **correlação** (sem interdependência obrigatória) com eventuais contratações administrativas do Município relacionadas a:

- organização e realização de eventos institucionais;
- produção de material gráfico e/ou brindes institucionais, quando houver;
- serviços de mídia/sonorização e estrutura para eventos;
- serviços de fotografia, filmagem ou cobertura de eventos, quando contratados separadamente.

Mesmo nesses casos, tais contratações são consideradas **complementares**, não constituindo requisito indispensável para o cumprimento do objeto ora pretendido, podendo ocorrer de forma independente conforme a necessidade e o planejamento de cada Secretaria/órgão.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A contratação pretendida está **alinhada ao planejamento da Administração Municipal**, pois atende a uma necessidade permanente e recorrente do Município de Padre Marcos – PI de assegurar **comunicação institucional eficiente, publicidade dos atos oficiais e divulgação de programas, serviços, campanhas, obras, festividades e ações de interesse público**, em conformidade com os princípios da Administração Pública, especialmente **publicidade, eficiência e transparência**.

O objeto se integra ao planejamento das Secretarias e órgãos municipais por contribuir diretamente para:

- a) **Execução e efetividade das políticas públicas**, na medida em que possibilita ampliar o alcance das ações governamentais e orientar a população sobre serviços disponíveis, prazos, locais de atendimento, campanhas e eventos;
- b) **Fortalecimento da transparência e do acesso à informação**, garantindo ampla divulgação de atos e iniciativas da gestão municipal e de interesse comunitário;
- c) **Apoio ao calendário institucional do Município**, considerando que a Administração realiza, ao longo do exercício, campanhas educativas e preventivas (saúde, assistência, educação), eventos comemorativos, ações comunitárias e comunicações emergenciais;
- d) **Planejamento orçamentário e administrativo**, pois a contratação foi estruturada em **02 (dois) lotes** e por período estimado de **10 (dez) meses**, permitindo melhor controle de execução, acompanhamento e adequação às necessidades dos órgãos atendidos.

Dessa forma, a contratação encontra respaldo no planejamento anual das atividades administrativas e setoriais, contribuindo para a melhoria da comunicação pública municipal e para o atendimento do interesse público, com previsão de execução sob demanda e observância da disponibilidade orçamentária.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

A contratação de empresa especializada para prestação dos serviços de publicidade e propaganda institucional visa proporcionar benefícios diretos à Administração Municipal e à população do Município de Padre Marcos – PI, especialmente no que se refere à **transparência, comunicação pública e efetividade das ações governamentais**. Assim, espera-se alcançar, dentre outros, os seguintes benefícios:

- a) **Ampliação do acesso à informação** pela população, garantindo que atos, programas, obras, serviços, campanhas, festividades e ações municipais sejam divulgados de forma clara e tempestiva;
- b) **Fortalecimento da transparência e da publicidade institucional**, assegurando maior visibilidade das ações do Poder Público, em atenção aos princípios da Administração Pública;
- c) **Maior efetividade das políticas públicas**, com aumento do alcance e do engajamento da comunidade em campanhas educativas, preventivas e ações de interesse coletivo (saúde, educação, assistência social, cultura, agricultura, utilidade pública, entre outras);
- d) **Padronização e profissionalização da comunicação**, com melhoria na qualidade das peças e mensagens divulgadas, utilizando linguagem acessível e adequada ao público-alvo;

- e) **Agilidade na divulgação de comunicados e serviços**, inclusive em situações urgentes ou de utilidade pública, reduzindo falhas de comunicação e melhorando a orientação ao cidadão;
- f) **Melhoria no planejamento e organização de eventos e campanhas**, contribuindo para maior participação social e para a valorização de atividades institucionais e comunitárias apoiadas pelo Município;
- g) **Aprimoramento da imagem institucional do Município**, por meio de comunicação impessoal, informativa e educativa, alinhada ao interesse público e à boa gestão;
- h) **Apoio à gestão administrativa das Secretarias e órgãos municipais**, com canal estruturado para divulgação contínua e sob demanda, facilitando o cumprimento de metas e ações planejadas ao longo do exercício.

13. Providências a serem Adotadas

Para viabilizar a contratação e assegurar a adequada execução dos serviços de publicidade e propaganda institucional, deverão ser adotadas as seguintes providências administrativas, técnicas e de gestão:

- a) **Formalização da demanda** pelos órgãos interessados, com consolidação das necessidades por lote (Lote 01 e Lote 02), incluindo prioridades e principais tipos de divulgação (campanhas, avisos, eventos, comunicados, ações de utilidade pública etc.);
- b) **Definição e aprovação do Termo de Referência**, contendo objeto, escopo, requisitos mínimos, forma de execução sob demanda, prazos, critérios de medição/pagamento, obrigações da contratada e da contratante, e condições de fiscalização;
- c) **Confirmação da disponibilidade orçamentária** e emissão da competente reserva/dotação, com indicação do elemento de despesa aplicável e demais classificações orçamentárias pertinentes;
- d) **Realização/ratificação da pesquisa de preços**, com consolidação do valor estimado da contratação e definição do parâmetro de referência (conforme valores adotados para publicação);
- e) **Elaboração e aprovação da minuta do edital e anexos** (ou instrumento convocatório aplicável), com definição dos critérios de julgamento, habilitação, prazos e condições contratuais;
- f) **Designação formal do gestor e fiscal do contrato**, com indicação de responsável(is) para receber demandas, acompanhar entregas, conferir comprovações de veiculação e atestar os serviços prestados;
- g) **Definição do fluxo de solicitação e autorização das divulgações**, estabelecendo como as Secretarias encaminharão as demandas (conteúdo, data, canal, finalidade), quem aprovará previamente e como será feito o registro das solicitações;
- h) **Estabelecimento de padrão de identidade e diretrizes de comunicação institucional**, quando aplicável, para garantir uniformidade, impessoalidade e adequação do conteúdo às normas de publicidade institucional;
- i) **Exigência de comprovação da execução**, mediante relatórios periódicos e evidências das divulgações realizadas (links, prints, relatórios de publicação, registros de veiculação, entre outros meios idôneos);
- j) **Publicação dos atos exigidos** (extratos, avisos, contratos e demais atos), nos canais oficiais cabíveis, garantindo a publicidade e a transparência do procedimento;
- k) **Preparação para início da execução**, com reunião inicial (kickoff) com a contratada para alinhamento do cronograma, canais, responsáveis, forma de atendimento, prazos padrão e rotinas de comunicação.

Essas providências asseguram que a contratação seja implementada com planejamento, controle e transparência, permitindo a execução eficiente do objeto e a correta fiscalização dos serviços contratados.

14. Possíveis Impactos Ambientais

A contratação para prestação de serviços de publicidade e propaganda institucional apresenta, em regra, **baixo impacto ambiental**, pois a maior parte das atividades poderá ser realizada por meios **digitais**, sem consumo significativo de materiais físicos.

Ainda assim, podem existir impactos indiretos, especialmente quando houver produção de materiais impressos ou uso de equipamentos, os quais devem ser minimizados. Nesse sentido, destacam-se os seguintes pontos:

- a) **Consumo de papel e insumos gráficos** (quando houver impressão de folders, cartazes, banners e similares), com potencial geração de resíduos sólidos;
- b) **Consumo de energia elétrica** associado ao uso de computadores, equipamentos de edição e dispositivos utilizados para produção e publicação de conteúdo;
- c) **Geração de resíduos** de materiais de divulgação física (cartazes, faixas, panfletos, adesivos e outros), especialmente após campanhas e eventos;
- d) **Deslocamentos para cobertura/divulgação** de eventos e ações presenciais (quando necessários), com impactos relacionados a emissões de gases e consumo de combustíveis.

Medidas mitigadoras recomendadas:

- i) Priorizar a **divulgação em meios digitais**, reduzindo impressões ao estritamente necessário;
- ii) Quando houver material físico, adotar **produção sob demanda** e em quantidades compatíveis com a necessidade real, evitando desperdício;
- iii) Sempre que possível, utilizar **papel reciclado** e/ou certificações ambientais em materiais impressos, e priorizar fornecedores que adotem boas práticas de gestão de resíduos;
- iv) Orientar para o **descarte adequado** de materiais pós-evento, preferencialmente com encaminhamento para reciclagem quando aplicável;
- v) Planejar atividades para reduzir deslocamentos desnecessários, priorizando registros e envios digitais.

Dessa forma, conclui-se que os possíveis impactos ambientais são **reduzidos e controláveis**, podendo ser mitigados por práticas de racionalização de insumos e priorização de meios digitais, em consonância com a sustentabilidade nas contratações públicas.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação mostra-se **viável técnica, operacional e economicamente**, pois o objeto corresponde a serviço comum e amplamente ofertado no mercado, existindo fornecedores com capacidade de execução conforme a demanda do Município.

Viabilidade técnica e operacional:

- a) O serviço de publicidade e propaganda institucional envolve atividades rotineiras (produção e veiculação de conteúdos informativos, divulgação de campanhas e eventos), plenamente executáveis por empresa especializada, com fluxos simples de solicitação, aprovação e publicação.
- b) A divisão em **02 (dois) lotes** facilita a gestão, o acompanhamento e a fiscalização, permitindo atendimento organizado por grupos de Secretarias /órgãos, sem comprometer a integração da comunicação pública.
- c) A execução **sob demanda** é compatível com a natureza do serviço, pois as necessidades variam ao longo do período conforme calendário institucional, campanhas e ações emergenciais.

Viabilidade econômica e de mercado:

- a) O levantamento de mercado evidenciou a existência de propostas para o mesmo escopo, demonstrando **competitividade e disponibilidade de fornecedores**.
- b) O valor estimado adotado, de **R\$ 93.666,67 (noventa e três mil, seiscentos e sessenta e seis reais e sessenta e sete centavos)**, para **10 (dez) meses**, distribuído em Lote 01 e Lote 02, encontra-se compatível com as cotações obtidas e com a realidade do serviço pretendido.
- c) O modelo por lote e por período mensal permite melhor controle do gasto, com pagamento condicionado à comprovação da execução e ao atesto da fiscalização.

Viabilidade administrativa e finalística:

- a) A contratação é necessária para assegurar **transparência, publicidade institucional e acesso à informação**, ampliando o alcance das ações públicas e fortalecendo a comunicação entre a Administração e a população.
- b) O serviço contribui para a efetividade das políticas públicas (saúde, educação, assistência social, cultura, agricultura e gestão), ao garantir divulgação tempestiva de campanhas, serviços, comunicados e eventos.

Diante do exposto, conclui-se que a contratação é **viável**, atendendo ao interesse público, com condições de execução claramente definidas, oferta suficiente no mercado e estimativa de custos compatível com os preços praticados.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

FRANCISCO EVERALDO DOS REIS JUNIOR

responsável pelo ETP