

INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DE SÃO PAULO

Estudo Técnico Preliminar 167/2025**1. Informações Básicas**

Número do processo: 23305.017723.2025-85

2. Descrição da necessidade

Com a necessidade da divulgação em massa dos cursos ofertados e processos seletivos do IFSP e considerando que o Facebook e o Instagram são as duas redes sociais mais populares no Brasil atualmente, a contratação do serviço de impulsionamento de postagens dessas redes sociais torna-se essencial para a eficácia no preenchimento das vagas ofertadas nesses cursos. As redes sociais se tornaram a fronteira final da conexão entre o público, empresas e sociedade de um modo geral. Elas são as relações sociais entre as pessoas, grupos ou organizações que compartilham dos mesmos interesses e estão em busca de atender alguma vontade. As instituições no mundo atual precisam estar nas redes sociais e criar uma relação duradoura com o seu público através deste canal. A criação das mídias sociais marca a importância do ambiente online e da influência dele nas nossas vidas. Em números, o mundo conta com mais de 3,8 bilhões de pessoas conectadas na internet, desse total, 3 bilhões de usuários estão ativos nas redes sociais, e esse número tende a crescer todos os dias. O Facebook e o Instagram são as duas redes sociais mais populares no Brasil atualmente. Um de cada cinco minutos gastos pelos usuários em dispositivos móveis se passam no Facebook ou no Instagram de acordo com relatórios do Facebook. Através das ferramentas disponíveis em ambas as plataformas, é possível escolher o público baseado em dados demográficos, comportamentos ou informações de contato. As ferramentas de relatório desses aplicativos mostram exatamente a quantidade de pessoas impactadas pelas postagens. Também é possível conferir nas postagens quais as pessoas que comentaram ou reagiram ao que foi publicado. Considerando-se estas razões, as redes sociais estão se tornando ao longo dos últimos anos o principal meio pelo qual os candidatos ficam sabendo da existência de processo seletivo de ingresso de alunos e cursos. Segundo os dados extraídos do questionário socioeconômico de preenchimento obrigatório para inscrição nos processos seletivos anteriores do IFSP, no qual o IFSP alcançou número recorde de inscrições, mais da metade dos candidatos ficaram sabendo da seleção por meio das redes sociais. Além disso, nos últimos dois anos a página do IFSP na rede do Facebook recebeu mais de 20 mil novos seguidores (os quais tornaram-se conectados ao IFSP e recebem nos seus perfis todas as postagens de notícias que o IFSP produz para essas redes).

Assim, com o Impulsionamento de postagens, o IFSP, ao mesmo tempo que informa suas ações a mais usuários, também recebe mais seguidores que se conectam permanentemente ao canal de postagens do Instituto e funcionam como compartilhadores dos assuntos de interesse para a sociedade. Pela grande quantidade de usuário e também pelas eficientes ferramentas de segmentação e controle das postagens, as redes sociais em questão permitem uma comunicação muito mais efetiva com o público que o IFSP precisa chamar para participar dos seus editais e programas, o que gera uma grande economia em relação a outros meios de comunicação tradicionais como outdoors, backbus, cartazes, jornais, rádio. Em se tratando de valores aplicados a estas mídias temos em média a seguinte tabela de valores e de aquisições aproximadamente necessárias para obter resultados similares à contratação de impulsionamento do Facebook (15.000 a 50.000 visualizações/interações). Associado ao menor dispêndio de valores financeiros na contratação do serviço de impulsionamento cita-se que os outros meios de divulgação não dispõem de ferramentas digitais que possibilitem segmentação e controle de quem realmente deve ser/foi atingido pela mensagem veiculada. Dados extraídos da plataforma Meta (Facebook/Instagram) apresentados em relatório gerado Diretoria de Comunicação de outro órgão com as mesmas características do IFSP (o IFMG) em relação ao resultado do impulsionamento efetuado em processos seletivos anteriores (processo Sei! 23208.002271/2022-92), demonstram custo por resultado médio de R\$ 1,07, bem como o alcance médio de 145.653 interações.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Diretoria de Gestão Acadêmica e Processos Seletivos - DGAP-PRE	Leonardo Cezar Palmeira

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

Para a contratação dos serviços de impulsionamento de postagens do Facebook e Instagram, o fornecedor deverá:

1. Disponibilizar interface para criação e gerenciamento das publicações elaboradas pela Diretoria de Comunicação do IFSP;

2. Oferecer possibilidades de direcionamento das postagens a públicos diversos, considerando idade, região onde vive, interesses, nível de engajamento nas redes;
3. Fornecer relatórios que viabilizem a avaliação sobre as postagens impulsionadas;
4. Oferecer consultoria de analistas especializados para o estudo de estratégias de divulgação a serem adotadas nas campanhas dos processos seletivos;
5. Garantir que o IFSP tenha acesso a todos os recursos e ferramentas de publicações nas redes sociais Facebook e Instagram;
6. Cumprir as obrigações contratuais, de forma que o serviço seja realizado atendendo aos propósitos de divulgação;
7. Responder por todos os ônus, como encargos sociais e legais, impostos e seguros, relativos à execução do contrato;
8. Informar toda e qualquer ocorrência que inviabilize ou prejudique a realização dos fornecimentos contratados, comunicando o fato com antecedência necessária à Administração da Unidade Solicitante, visando não acarretar qualquer prejuízo ou dano ao IFSP;
9. Cumprir as obrigações contratuais, de forma que o serviço seja realizado atendendo aos propósitos de divulgação.

5. Levantamento de Mercado

Razão de escolha do fornecedor:

Considerando que o Facebook e o Instagram (que funcionam em plataforma integrada) são as redes sociais mais populares da atualidade, o serviço de impulsionamento de postagem é o que trará maior efetividade na divulgação dos processos seletivos de ingresso de estudantes no IFSP. A contratação destes serviços realizada desta forma, traz economicidade à Administração, desonerando este órgão do pagamento de meros intermediadores.

5.1 Justificativa do preço

O serviço de impulsionamento de publicações permite a parametrização de critérios, como:

Escolher um público-alvo: posts impulsionados podem ser mostrados para uma audiência de sua escolha. É possível definir localização, interesses e perfis de comportamento. Você também pode criar uma audiência customizada, baseada em contatos que já tem, ou pessoas que têm um perfil parecido com aquelas que já curtem sua página.

Localizações: o Facebook oferece três localizações para seus posts impulsionados serem mostrados: feed de notícias do desktop, feed de dispositivos móveis e Instagram.

Orçamento: a quantidade paga para impulsionar um post depende de quanto você quer impulsionar (atingir). Pode-se selecionar um orçamento pré-definido ou customizar o valor.

Programar posts: há a possibilidade de definir por quanto tempo você quer que seu anúncio fique no ar, escolhendo um intervalo (7 dias, por exemplo) ou uma data para o anúncio terminar.

Aparência do anúncio: o anúncio terá exatamente a mesma aparência que a publicação em que foi baseado. A única diferença é que a palavra “Impulsionado” aparecerá no canto superior esquerdo do post e você poderá adicionar um botão de Call-to-Action no canto inferior direito, se desejar.

Com isso evita-se que seja realizado gasto desnecessário ou com público que não seja alvo /interessado do processo seletivo do IFSP.

5.2. Não haverá exigência da garantia da contratação dos arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/21, pelas razões abaixo justificadas:

5.2.1. Não há complexidade e vultuosidade na presente licitação, além disso, não comprometendo o cumprimento de obrigações trabalhistas.

6. Descrição da solução como um todo

Para que os processos seletivos do IFSP 2026/1 e 2026/2 alcancem todos os resultados pretendidos, devem compor a contratação os seguintes elementos, por parte da contratada e contratante, respectivamente:

6.1 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

1. Fornecer os serviços conforme especificações deste Estudo Técnico Preliminar e de sua proposta, com a alocação de recursos necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais;
2. Disponibilizar acesso ao estúdio de criação para a elaboração das postagens a serem impulsionadas;
3. Fornecer recursos para criação de diferentes tipos de postagens, com o uso de imagens, vídeos, texto e artes gráficas.
4. Disponibilizar tutoriais para orientação sobre a criação e publicação das postagens;
5. Ofertar assessoria de marketing para que o contratante esclareça dúvidas e receba orientações sobre os recursos tecnológicos presentes na plataforma;
6. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, fornecendo todas as ferramentas de criação de conteúdo necessárias para a divulgação dos Processos Seletivos de 2026/1 e 2026/2.

6.2 OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;
2. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;
3. Notificar a Contratada por e-mail sobre eventuais ocorrências, falhas ou irregularidades na prestação dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;
4. Pagar à Contratada o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas neste Estudo Técnico Preliminar;
5. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura da contratada;
6. Elaborar o conteúdo das postagens, definir o público e o período de divulgação dos conteúdos e programar a divulgação;
7. Informar à contratada quando houver necessidade de agendamento para consultoria com analista de marketing do Facebook;
8. Definir o orçamento de cada publicação conforme demanda de cursos e vagas dos Processos Seletivos de 2026/1 e 2026/2;
9. Realizar avaliações periódicas sobre a campanha de divulgação.

6.3 DO PAGAMENTO

Os administradores das páginas do IFSP e da página do Processo Seletivo, irão impulsionar suas postagens com base no valor destinado a este tipo de serviço. Para isto o Facebook necessita que seja realizado um crédito financeiro, objeto deste termo de referência, para que se inicie o impulsionamento da postagem. Posteriormente, o crédito financeiro é consumido com base nas interações realizadas nas postagens como:

1. Visualização da postagem com base na segmentação escolhida;
2. Curtidas nas postagens;
3. Curtidas na página;
4. Compartilhamentos;
5. Comentários.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

Serviço de impulsionamento de postagens no Facebook e Instagram, para ampliação da comunicação de editais, notícias e imagens de processos seletivos para ingresso de estudantes, nos cursos ofertados pelo IFSP; e Serviço de impulsionamento de postagens no Facebook e Instagram para ampliação da divulgação de cursos ofertados pelo IFSP em suas redes sociais específicas.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 200.000,00

Com base nos últimos vestibulares/processos seletivos, o IFSP estima um gasto para os PROCESSOS SELETIVOS DE 2026/1 e 2026/2 de aproximadamente **R\$ 200.000,00** com impulsionamento de postagens, permitindo a realização dos serviços para os processos seletivos de ingresso de estudantes .

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Justifica-se o não parcelamento pelo fato do objeto não ser divisível.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Não foi verificada a necessidade de contratação correlata ou interdependente para a realização dos serviços da presente contratação.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

Conforme o plano estratégico para os anos de 2024 a 2028, estabelecido no PDI, um dos objetivos do IFSP é aprimorar o processo de ingresso dos estudantes no IFSP, por meio da regulamentação dos procedimentos que envolvem os processos seletivos do IFSP. Assim, a contratação de um serviço de impulsionamento de posts no Facebook/Instagram permite uma maior divulgação do processo de ingresso, atingindo mais pessoas interessadas, o que contribui significativamente para o alcance desse objetivo.

A contratação está incluída no PCA 2025 **158154-165/2025**

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

O impulsionamento de posts no Facebook e Instagram permite que o público alvo tome conhecimento, curtam, compartilhem e comentem nas suas publicações. Tal fato faz com que se crie um ambiente de comunicação em que quanto maior o número de curtidas, compartilhamentos e comentários, mais pessoas serão alcançadas. Posts impulsionados também são uma forma de alcançar pessoas que podem estar interessadas em seu conteúdo, mas que desconhecem o IFSP, porém a plataforma direciona o interesse com base no público alvo definido. Anteriormente, com a publicidade através de rádio, outdoor, banner, busdoor e cartazes, não havia a possibilidade de mensuração e afunilamento do público alvo como ocorre no Facebook. Apesar de reforçar todas as estratégias de localização das mídias impressas e outdoors, não se atingia com eficiência e eficácia o público alvo esperado. Desta forma, o resultado pretendido neste processo é atingir um público alvo grande com eficácia e menor custo.

13. Providências a serem Adotadas

Não há.

14. Possíveis Impactos Ambientais

Não foi identificado nenhum tipo de impacto ambiental que possa ser causado por essa contratação.

15. Declaração de Viabilidade

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

15.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação está de acordo com os objetivos previstos para a ampliação do acesso à informação de processos seletivos do IFSP.

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](#).

JORGE LUIZ PIMENTEL CANDIDO

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 09/09/2025 às 13:45:38.

LEONARDO CEZAR PALMEIRA

Responsável pela contratação direta



Assinou eletronicamente em 09/09/2025 às 16:58:21.

FABIO LUIS CABRAL

Responsável pela contratação direta



Assinou eletronicamente em 11/09/2025 às 11:00:40.

JULIANA DE CARVALHO PIMENTA

Autoridade competente



Assinou eletronicamente em 11/09/2025 às 13:45:59.