



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR UNIFICADO N° 003/2026

INTRODUÇÃO

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade abaixo especificada.

O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

1.1. Existe a necessidade imperativa de garantir que a população de Nova Xavantina - MT tenha acesso amplo, claro e tempestivo às informações sobre serviços públicos, atos administrativos e programas municipais. A ausência de canais estruturados de comunicação compromete o princípio constitucional da publicidade e o direito fundamental do cidadão à informação.

1.2. Identifica-se a carência de mecanismos eficazes para engajar a sociedade em ações críticas da administração, tais como:

- I.** Necessidade de elevar os índices de vacinação e a adesão a campanhas de prevenção (como o combate ao *Aedes aegypti* e exames preventivos de câncer);
- II.** Necessidade de informar sobre períodos de matrícula, processos seletivos e programas de permanência escolar para garantir o acesso universal ao ensino;
- III.** Necessidade de comunicar alterações no tráfego por obras, cronogramas de manutenção urbana e benefícios de projetos de regularização fundiária.

1.3. O município demanda estratégias para promover o potencial turístico e cultural da região, visando atrair investimentos, movimentar a economia criativa e fortalecer o sentimento de pertencimento da comunidade local.

1.4. Há uma lacuna na capacidade de atingir diferentes perfis de público (jovens, idosos, moradores da zona rural e empresários) devido à falta de adaptação da linguagem e dos canais de divulgação (mídias digitais, rádio, materiais impressos) às particularidades de cada segmento.

1.5. A falta de um planejamento de comunicação profissional gera riscos de desinformação (fake news), baixa participação popular em audiências e eventos, e subutilização de serviços públicos



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

essenciais por desconhecimento da população.

2. PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PCA

2.1. A presente contratação encontra-se prevista no Plano de Contratações Anual – PCA do Município, referente ao exercício de 2026, registrada sob o nº 55/2026, vinculada à unidade demandante da Secretaria de Administração.

2.2. A demanda está alinhada ao planejamento institucional da Administração Pública Municipal, atendendo às ações e metas previstas para o período, bem como às atribuições legais e operacionais do órgão requisitante, contribuindo para a continuidade e eficiência da prestação dos serviços públicos

2.3. Ressalta-se que a inclusão da contratação no PCA demonstra a observância dos princípios do planejamento, eficiência e racionalização das contratações públicas, conforme disposto na Lei nº 14.133/2021, evidenciando que a necessidade foi previamente identificada e organizada no contexto do planejamento anual das contratações.

2.4. A presente contratação observa o disposto nos art. 12 e 18 da Lei nº 14.133/2021, no que se refere ao planejamento das contratações públicas.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. O certame de licitação, deverá ser organizado em conformidade com os preceitos da Lei n.º 12.232/2010 e com a complementação da Lei n.º 14.133/2021, obedecendo as etapas específicas com a entrega de 5 (cinco), envelopes, sendo o primeiro a via não identificada (plano de comunicação); o segundo (plano de comunicação) via identificada, para se fazer em data posterior a identificação da empresa concorrente, o terceiro (conjunto de informações) da empresa ao objeto a ser contratado, o quarto (proposta de preço) e o quinto envelope (habilitação) apenas para as empresas qualificadas/classificadas.

3.2. As empresas participantes deverão estar qualificadas em conformidade com a Lei n.º 12.232/2010 em especial ao previsto no § 1º do art. 4º.

3.3. Em havendo o empate entre as empresas participantes, aplica-se o contido na Lei 12.232/2010, que para o desempate a seguinte regra:

3.3.1. Se classifica, a participante que obteve melhor nota em estratégica de comunicação, permanecendo o empate, melhor nota em ideia criativa, permanecendo empate raciocínio básico e estratégia de mídia e não mídia, permanecendo ainda o empate sorteio.

3.4. Para se chegar à empresa que melhor possa atender o contratante, é encaminhado aos participantes o “briefing” de uma necessidade simulada para administração, podendo inclusive ser utilizada se a empresa vencedora for a mesma.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

3.5. O briefing aborda uma necessidade e desafio a ser superado, definindo prazo de veiculação e valor máximo disponível para a campanha simulada. A resultante das propostas, serão avaliadas pela subcomissão técnica atribuindo nota peso da parte técnica. Em se tratando de melhor técnica e preço, aplica-se a média aritmética para se chegar à classificação final.

3.6. Os atestados técnicos a serem exigidos, no procedimento licitatório, devem guardar compatibilidade com os serviços que serão licitados, carecendo de parâmetros objetivos e amplos, com o intuito de garantir a ampla participação das empresas interessadas, sem restrição à competitividade.

3.7. A composição dos pontos Nota Técnica Final - NT, será avaliação objetiva do Plano de Comunicação Publicitária, que terá no máximo 70 (setenta) pontos e do Conjunto de Informações que terá no máximo 30 (trinta) pontos, que ao final da avaliação pela subcomissão técnica avaliadora, irá elaborar ATA com a classificação das empresas, em conformidade com o Edital e a Lei 12.232/2010. A Nota Técnica Final determinará a classificação das empresas. Em consonância com a Lei 14.133/2021.

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – máximo de 70 (setenta) pontos:

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTAS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
Subtotal		70

Quesito 2 – Conjunto de Informações – máximo de 30 (trinta) pontos:

SUBQUESITOS	ITENS	NOTAS
I. Capacidade de atendimento.	1. Principais Clientes	Nota de 0 a 3 , sendo: 0 (não atende); 1 a 2 (atende); 3 (atende com excelência).
	2. Qualificação técnica equipe e profissionais.	Nota de 0 a 7.
	3. Estrutura física: instalações, infraestrutura e recursos materiais.	Nota de 0 a 3 , sendo: 0 (não atende); 1 a 2 (atende); 3 (atende com excelência).



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

	4. Sistemática do relacionamento entre o município de Nova Xavantina-MT e a CONTRATADA	Nota de 0 a 4 , sendo: 0 (não atende); 1 a 2 (atende); 3 a 4 (atende com excelência).
II. Repertório	1. Relatos de cases	Nota de 0 a 9 , sendo: 0 (não atende); 1 a 3 (atende pouco); 4 a 6 (atende); 7 a 9 (atende com excelência).
	2. Peças Isoladas	Nota de 0 a 4 , sendo: 0 (não atende); 1 a 2 (atende); 3 a 4 (atende com excelência).
Subtotal		30 pontos

3.8. Na apreciação das Propostas Técnicas a avaliação técnica final receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos e subquesitos de julgamento.

3.9. O Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 70 (setenta) pontos).

I. Raciocínio básico - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) Acuidade da compreensão das características, das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Nova Xavantina-MT nos contextos social, político e econômico;
- b) Adequada compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Nova Xavantina-MT com seus públicos e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- c) Assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação e objetivos expressos no briefing.

II. Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Adequação do conceito proposto à natureza da Prefeitura Municipal de Nova Xavantina-MT e ao desafio de comunicação, e a riqueza de desdobramentos positivos que apresenta;
- b) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito proposto;
- c) Adequação, estruturação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- d) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária, o desafio de comunicação expresso no briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível.

III. Ideia criativa - máximo de 25 (vinte e cinco) pontos, relativos a:

- a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação e a exequibilidade das peças e/ou dos materiais.
- b) Seu alinhamento com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) A combinação de seus elementos, a simplicidade sob a qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem aos meios e públicos propostos;
- d) Os desdobramentos comunicativos que enseja a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.
- e) Pertinência às atividades de comunicação da Prefeitura Municipal de Nova Xavantina-MT, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico.

IV. Estratégia de mídia e não mídia - máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público, a capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e as conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- b) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- c) A economicidade da aplicação da verba e a otimização da mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do município de Nova Xavantina-MT.

3.10. Conjunto de Informações (máximo de 30 (trinta) pontos).

I. Capacidade de Atendimento – (máximo 17 (dezessete) pontos):

- a) **Principais clientes** (máximo de 03 (três) pontos, relativos a:



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- a. Porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante;
- b. Conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade.

b) Qualificação técnica equipe/profissionais (máximo de 07 (sete) pontos):

- a. A qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante, será avaliada e receberá pontos de, no máximo, 7 (sete), segundo as tabelas abaixo:

Formação acadêmica	Sem formação	Superior incompleto	Superior completo	Pós- graduação na área
Pontos	0	1	2	3

Experiências Profissional na área	1 a 4 anos	5 a 8 anos	9 a 12 anos	12 anos
Pontos	1	2	3	4

- c) **Estrutura física** – instalações, infraestrutura e recursos materiais (máximo de 03 (três) pontos, relativo a:
 - a. Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.
- d) **Sistemática do relacionamento entre o Município de Nova Xavantina-MT e a CONTRATADA** (máxima de 04 (quatro) pontos), relativo a:
 - a. Adequação da sistemática/ operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).

II. Repertório – (máximo 13 (treze) pontos):

a) Relatos de cases, máximo de 09 (nove) pontos, relativos a:

- a. A concatenação lógica da exposição;
- b. A evidência de planejamento publicitário;
- c. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

d. A relevância dos resultados apresentados.

b) Peças isoladas – (máximo de 04 (quatro) pontos), relativos a:

- a. A ideia criativa e sua pertinência;
- b. A clareza da exposição;
- c. A qualidade da execução e do acabamento.

3.11. A contratação em apreço deverá classificar uma participante, cuja proposta obtiver as maiores pontuações na Nota Final, cumprindo os limites mínimos de pontuação, as demais ficarão previamente qualificadas. Em havendo a desclassificação ou rescisão de contrato com a agência classificada ou outra necessidade legal, será convocada na ordem de classificação à próxima agência para assinar o contrato de agência fornecedora.

3.12. Na atribuição das notas pela Subcomissão Técnica Avaliadora, deverá ser considerado apenas a pontuação por números inteiros, sem partes decimais ou fracionárias (exemplo: 0,1,2,3, ...).

3.13. A fórmula utilizada para a nota final será:

PONTUAÇÃO PESO 1 (plano de comunicação publicitária) + PONTUAÇÃO PESO 2 (conjunto de informações) = NOTA TÉCNICA FINAL.

$$Peso 1 + Peso 2 = NF$$

3.14. Em caso de empate, serão critérios de desempate os que seguem, sucessivamente:

- a) A licitante que obtiver maior pontuação no subquesto Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Persistindo, a licitante que obtiver maior pontuação no subquesto Ideia Criativa;
- c) Persistindo, a licitante que obtiver maior pontuação no subquesto Raciocínio Básico;
- d) Persistindo, a licitante que obtiver maior pontuação no subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia;

3.15. Persistindo o empate, a classificação se dará por meio de sorteio.

3.16. A nota técnica final terá um máximo de 100 pontos e a nota mínima para a classificação das empresas será de **60 pontos**.

4. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES

4.1. A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

4.2. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise da agência de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

4.3. Similar às "quantidades" inerentes a serviços de natureza comum, os serviços de publicidade são delineados por meio de um orçamento ou budget destinado a ações publicitárias, cujos detalhes serão minuciosamente expostos no item 6 deste instrumento.

4.4. Entretanto, para fins de quantificação, apresenta-se a seguir um quadro resumo:

ITEM	COD.	DESCRIÇÃO	UNID	QTD
1	60760	SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO PUBLICITÁRIA POR EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO PUBLICITÁRIA, COM O OBJETIVO DE PLANEJAR, CRIAR, PRODUZIR E VIABILIZAR A VEICULAÇÃO DE CAMPANHAS INSTITUCIONAIS DESTINADAS À DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO PARA AS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE NOVA XAVANTINA - MT. A AGÊNCIA CONTRATADA SERÁ RESPONSÁVEL PELA GESTÃO ESTRATÉGICA DAS AÇÕES PUBLICITÁRIAS, INCLUINDO A INTERMEDIÇÃO NA NEGOCIAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE ESPAÇOS NOS DIVERSOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, GARANTINDO A APLICAÇÃO EFICIENTE DOS RECURSOS E A AMPLIAÇÃO DO ALCANCE DAS CAMPANHAS. TODAS AS ATIVIDADES DEVERÃO ESTAR ALINHADAS ÀS DIRETRIZES E NECESSIDADES DAS SECRETARIAS ENVOLVIDAS, ASSEGURANDO TRANSPARÊNCIA, ECONOMICIDADE E EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.	SERVIÇO	3

4.5. A Agência contratada será responsável pela gestão dos serviços de veiculação e mídia, intermediará empresas especializadas para a execução dessas atividades e escolherá os meios de comunicação mais adequados para atingir o público-alvo, maximizando o alcance e o impacto das mensagens.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

4.6. Por se tratar do atendimento à três secretarias, **Secretaria Municipal de Administração, Secretaria Municipal de Educação e Secretaria Municipal Saúde**, as quantidades definidas em 3 unidades tem por finalidade a segregação dos recursos orçamentários para a aplicabilidade com responsabilidade de cada setor demandante escolhido. E em se tratando deste Estudo Técnico Preliminar de forma unificada, coube juntar as quantidades de cada secretaria em apenas uma tabela.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. O levantamento de mercado para a contratação de serviços de intermediação publicitária teve como base a análise de licitações anteriores de outros municípios, com o intuito de avaliar a viabilidade da contratação, as melhores práticas do setor e os preços de mercado.

5.2. Considerando a realidade da Prefeitura de Nova Xavantina - MT, e a necessidade de atender de maneira eficiente às demandas de comunicação institucional, foram analisados os custos de outras entidades e as modalidades de licitação aplicáveis somada as exigências das leis pertinentes (Lei nº 12.232/2010 e Lei nº 14.133/2021).

5.3. Em análise de mercado, foram identificados dois cenários principais para suprir a demanda de serviços publicitários para o município de Nova Xavantina.

5.3.1. Cenário 01 - Execução Direta dos Serviços

a) A primeira alternativa seria a execução direta das campanhas publicitárias pela própria administração municipal, utilizando recursos humanos e materiais próprios. No entanto, essa opção se mostrou inviável por diversos fatores:

- a) Falta de especialização**, pois a Prefeitura não possui equipe especializada em comunicação publicitária.
- b) Infraestrutura limitada**, pois não há equipamentos ou infraestrutura adequados para garantir a qualidade na criação e veiculação das campanhas.

5.3.2. Cenário 02 - Terceirização dos Serviços (Lei nº 12.232/2010)

I. A terceirização, por meio da contratação de uma agência especializada, emerge como a alternativa mais viável. A Lei nº 12.232/2010 regulamenta a contratação de serviços publicitários pelo poder público e permite que a Prefeitura tenha acesso a profissionais capacitados, recursos adequados e melhores condições de negociação com veículos de mídia. Além disso, a terceirização proporciona:

- a) Expertise especializada** para contratação de empresa com profissionais capacitados e com experiência no mercado publicitário.
- b) Otimização de recursos**, pois a terceirização elimina a necessidade de investir em infraestrutura própria, proporcionando economia e eficiência.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- c) **Acesso a mídias diversificadas**, pois a agência contratada pode negociar espaço publicitário em diferentes meios de comunicação, ampliando o alcance das campanhas.
- 5.3.3. Em relação aos preços de mercado, deverão ser considerados os valores praticados pelo **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (SINAPRO MT)** e outras agências de publicidade, a fim de garantir a economicidade e a competitividade da licitação.
- 5.3.4. A tabela de preços do **SINAPRO MT** será utilizada como referência para a negociação, principalmente dos **valores de honorários e descontos**, conforme previsto na **Lei nº 12.232/2010**, que regulamenta a contratação de serviços publicitários pelo poder público.
- 5.4. As empresas para estarem aptas as atividades de publicidade e propaganda, necessitam estarem qualificadas, desta forma, para garantia da qualidade dos serviços a serem fornecidos pelas empresas.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

6.1. A pesquisa de mercado considerou os processos de licitação e os valores de contratos publicitários realizados em municípios de porte semelhante à Nova Xavantina-MT. Os dados obtidos a partir dessas licitações serviram como base para a análise da viabilidade econômica e competitividade dos serviços publicitários. Entre os municípios consultados estão:

- a) **Ibiá – MG**: A **Concorrência Pública nº 001/2025**, identificada como **PNCP-18584961000156-1-000015/2025**, foi aberta com valor estimado de **R\$ 800.000,00**, tendo como objeto a contratação de uma empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade, incluindo criação, produção e veiculação de campanhas institucionais para divulgação de ações públicas. O município de Ibiá, com uma população estimada de **22.596 habitantes** (IBGE, 2024).
- b) **Ivinhema – MS**: A **Concorrência Pública nº 03/2025**, identificada como **PNCP-03575875000100-1-000044/2025**, foi aberta com valor estimado de **R\$ 844.895,28**, tendo como objeto a contratação de uma empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade, incluindo criação, produção e veiculação de campanhas institucionais para divulgação de ações públicas. O município de Ivinhema, com uma população estimada de **29.613 habitantes** (IBGE, 2024).



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

c) **Jardim – MS: A Concorrência Pública nº 03/2025**, identificada como **PNCP-03162047000140-1-000025-2025**, foi aberta com valor estimado de **R\$ 1.000.000,00**, tendo como objeto a contratação de uma empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade, incluindo criação, produção e veiculação de campanhas institucionais para divulgação de ações públicas. O município de Jardim, com uma população estimada de **23.981 habitantes** (IBGE, 2022).

6.2. Esses municípios foram selecionados com base em sua semelhança com **Nova Xavantina-MT**, em termos de **porte e necessidade de comunicação institucional**, permitindo uma comparação justa e válida para o cálculo de custos e definição da estratégia de mídia.

6.3. O valor estimado para a contratação dos serviços de intermediação publicitária para o Município de Nova Xavantina é de **R\$ 864.000,00 (oitocentos e sessenta e quatro mil reais)**.

6.4. Este valor foi calculado com base nas necessidades de comunicação institucional das diversas secretarias municipais, levando em consideração as práticas de mercado e as estimativas de custos de licitações semelhantes realizadas em municípios de porte similar.

6.5. Além disso, a estimativa reflete o **interesse do município**, que está em crescimento e busca aprimorar sua comunicação com a população, garantindo que as informações institucionais cheguem de forma eficaz.

6.6. A estimativa abrange todos os custos relacionados à criação, produção, veiculação e gestão das campanhas publicitárias, incluindo a negociação de espaços publicitários em diversos meios de comunicação, como rádio, internet, mídia externa e outros canais estratégicos.

6.7. A alocação do valor será feita de forma eficiente e transparente, conforme as diretrizes estabelecidas para a execução das ações publicitárias, e atenderá às demandas do município em sua fase de expansão.

6.8. **Tabela de estimativa do valor:**

ITEM	COD.	DESCRIÇÃO	UNID	QTD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
1	60760	SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO PUBLICITÁRIA POR EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO PUBLICITÁRIA, COM O OBJETIVO DE PLANEJAR, CRIAR, PRODUZIR E VIABILIZAR A VEICULAÇÃO DE CAMPANHAS	SERVIÇO	3	R\$288.00,00	R\$864.000,00



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

		INSTITUCIONAIS DESTINADAS À DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO PARA AS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE NOVA XAVANTINA - MT. A AGÊNCIA CONTRATADA SERÁ RESPONSÁVEL PELA GESTÃO ESTRATÉGICA DAS AÇÕES PUBLICITÁRIAS, INCLUINDO A INTERMEDIÇÃO NA NEGOCIAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE ESPAÇOS NOS DIVERSOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, GARANTINDO A APLICAÇÃO EFICIENTE DOS RECURSOS E A AMPLIAÇÃO DO ALCANCE DAS CAMPANHAS. TODAS AS ATIVIDADES DEVERÃO ESTAR ALINHADAS ÀS DIRETRIZES E NECESSIDADES DAS SECRETARIAS ENVOLVIDAS, ASSEGURANDO TRANSPARÊNCIA, ECONOMICIDADE E EFICÁCIA NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.				
VALOR TOTAL GLOBAL						RS\$864.000,00

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. A **Lei nº 12.232/2010**, que regulamenta os contratos de publicidade no poder público, estabelece os critérios para a contratação de serviços publicitários por meio de agências de propaganda. Essa legislação assegura que os serviços publicitários sejam realizados com observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, previstos no artigo 37 da **Constituição Federal**. Além disso, garante a seleção da proposta mais vantajosa para a administração pública, utilizando a modalidade de licitação **concorrência pública**, do tipo presencial, critério de julgamento por “**Melhor Técnica**”, e no que couber, quando a **Lei nº 12.232/2010** não abranger, seguir a **Lei nº 14.133/2021**.

7.2. Além das leis supracitadas, devem ser consideradas também:



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- a) Lei n.º 4.680/1964;
- b) Decreto Federal n.º 57.690/1966;
- c) Decreto Federal n.º 4.563/2002;
- d) Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, previsto no § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

7.3. As participantes, deverão possuir o Certificado de Qualificação técnica de funcionamento instituído pela Lei Federal n.º 12.232/2010, o que já está pacificado entre as empresas do setor, conforme consta no art. 4º, §1º:

“Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas- Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agência de propaganda.”

7.4. Entre os serviços que serão prestados, destacam-se:

- a) **Estudo**, planejamento, concepção, criação e execução interna de peças publicitárias;
- b) **Intermediação** e supervisão da execução externa da publicidade em veículos de comunicação e demais meios de divulgação;
- c) **Distribuição** de campanhas institucionais voltadas à promoção dos serviços públicos e programas municipais;
- d) **Planejamento** e execução de pesquisas para aprimoramento da comunicação institucional;
- e) **Criação** e implementação de estratégias inovadoras de publicidade, utilizando novas tecnologias para ampliar o alcance e impacto das mensagens governamentais.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

7.5. A execução dessas atividades é de natureza técnica e especializada, exigindo profissionais capacitados e uma estrutura específica, que apenas uma agência de publicidade devidamente contratada pode oferecer.

7.6. Deverão ser atendidas toda a documentação para habilitação, sendo:

- I.** Documentos relativos à habilitação jurídica;
- II.** Documentos relativos à regularidade fiscal, social e trabalhista;
- III.** Documentos relativos à Qualificação Econômico-Financeira;
- IV.** Documentos relativos à Qualificação Técnica.
 - a.** Atestado de capacidade técnica compatível com o objeto, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado;
 - b.** Certificado de qualificação técnica de funcionamento fornecido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário –CENP, conforme o art. 4º em seu parágrafo 1º, da Lei nº 12.232, de 2010;
 - c.** Comprovação do licitante de possuir, na data prevista para entrega da proposta, vínculo com profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, com a apresentação de seu diploma de graduação, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal n. 4.680/65.
 - i.** Cursos específicos da área de comunicação social:
Publicidade e Propaganda (Bacharelado); Marketing (Bacharelado ou Tecnólogo); Design Gráfico (Tecnólogo ou Bacharelado); Produção Audiovisual / Rádio e TV; Jornalismo; Relações Públicas; Marketing Digital (Tecnólogo); e Administração;
 - ii.** A comprovação do vínculo deverá se dar por cópia da carteira de trabalho, ou por composição no quadro social da empresa (proprietário ou sócios), ou por contrato de prestação de serviços.

7.7. O certame da fase externa será conduzido pela Agente de Contratação e equipe de apoio já existente ou por Comissão Especial designado pela autoridade competente até a sua adjudicação e homologação, seguindo todos os ritos em conformidade com a Lei nº 14.133/21.

7.8. A utilização de Licitação na forma Presencial, justifica-se em razão da complexidade do presente objeto e procedimento, bem como em virtude de que o município não possui nenhum software para assegurar a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta, que possam identificar os licitantes. Outrossim, a forma presencial é o meio mais célere para a realização do presente procedimento, facilitando a possibilidade de esclarecimentos



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

imediatos e verificação das condições de habilitação e execução da proposta em atos contínuos, sem prejuízo da competição de preços ou da lisura do certame.

7.9. Além disso, a fim de propiciar a segurança das informações e dos dados a serem recebidos, dos quais não podem ser conhecidos antes da data aprazada para abertura dos envelopes, bem como, a fim de evitar irregularidades de vazamento de dados, a forma presencial é medida que se impõe. Assim, diante da complexidade da licitação, peculiaridades, do custo do objeto, relevância da contratação e exigências de segurança da informação que inviabilizam o uso da forma eletrônica e diante da celeridade, sem prejudicar a escolha da proposta mais vantajosa, eis que a Concorrência de forma presencial se configura como forma mais célere e vantajosa em detrimento às outras formas elencadas na Lei 14.133/2021.

7.10. A opção pela **forma presencial** decorre, primordialmente, de três aspectos fundamentais:

- I. **a complexidade técnica e procedimental do certame;**
- II. **a necessidade de garantir a segurança e o sigilo das informações;**
- III. **a inexistência, no âmbito do Município, de sistema eletrônico que atenda integralmente aos requisitos de segurança e neutralidade tecnológica necessários à condução de um certame dessa natureza.**

7.11. Consoante o disposto no art. 8º da Lei nº 12.232/2010, as licitações destinadas à contratação de serviços de publicidade obedecem a rito próprio, com etapas específicas e avaliações de natureza técnica e subjetiva, como o julgamento de campanhas, peças publicitárias e propostas de comunicação. Tais elementos exigem análise presencial e simultânea por parte da **Agente de Contratação, Equipe de Apoio e Subcomissão Técnica**, especialmente no tocante à abertura dos envelopes, apreciação das propostas técnicas e verificação das condições de habilitação, de modo a assegurar o contraditório, a transparência e a ampla defesa dos licitantes.

7.12. Além disso, o art. 17, §1º, da Lei nº 14.133/2021 estabelece que a forma eletrônica será preferencial, “**sempre que possível e compatível com o objeto**”, o que demonstra que a adoção do meio eletrônico **não é obrigatória** quando as peculiaridades do objeto ou as condições da Administração não possibilitarem sua plena execução com segurança e eficiência.

7.13. No presente caso, o Município **não dispõe de sistema eletrônico próprio ou contratado** que assegure, de forma comprovada, a neutralização de **metadados** e a proteção contra identificação indevida de licitantes, o que poderia comprometer o **sigilo das propostas**



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

e a **igualdade de condições entre os concorrentes**, violando o art. 5º, inciso V, da Lei nº 14.133/2021.

7.14. Outrossim, a forma presencial proporciona **celeridade procedimental e transparência imediata dos atos**, permitindo que a Comissão, os licitantes e os representantes legais acompanhem, em tempo real, as fases de abertura, julgamento e classificação, sanando dúvidas e divergências de forma instantânea, o que reduz significativamente a possibilidade de contestações e recursos administrativos, promovendo a **eficiência e a economicidade** do processo.

7.15. Destaca-se, ainda, que a natureza da contratação — **serviços de publicidade institucional** — envolve a submissão de peças, estratégias e planos de comunicação que possuem caráter criativo e intelectual. Esses elementos demandam **apreciação qualitativa presencial**, permitindo à Comissão verificar a autenticidade, integridade e originalidade das peças apresentadas, o que seria de difícil aferição por meio de plataformas digitais genéricas.

7.16. Por conseguinte, a forma presencial **propicia maior controle e segurança sobre o sigilo das informações**, impedindo o acesso antecipado ou indevido aos conteúdos técnicos e financeiros das propostas, conforme preconiza o art. 5º, inciso XII, da Lei nº 14.133/2021, que trata da proteção das informações sensíveis e estratégicas. Essa cautela se mostra especialmente relevante em contratações de natureza criativa, nas quais a **divulgação prévia de ideias publicitárias** poderia afetar a competitividade e a lisura do certame.

7.17. Ademais, o procedimento presencial encontra **amparo no princípio da proporcionalidade**, uma vez que a forma escolhida é a que melhor harmoniza os valores da **eficiência, da segurança da informação, da transparência e da economicidade**, assegurando a realização do certame em conformidade com as normas de regência e sem comprometer o resultado útil do processo licitatório.

7.18. Por fim, ressalta-se que a adoção da forma presencial não viola o princípio da publicidade, uma vez que todos os atos serão praticados de forma pública, com lavratura de atas, gravação audiovisual, e acesso irrestrito aos interessados, observadas as normas do art. 7º, §1º, da Lei nº 14.133/2021.

7.19. Trata-se, portanto, de **escolha motivada, técnica e juridicamente fundamentada**, voltada a garantir o atendimento do interesse público, a obtenção da proposta mais vantajosa e o respeito integral ao devido processo licitatório.

7.20. Diante de todo o exposto, **justifica-se plenamente a adoção da forma presencial** para a Concorrência Pública em tela, tendo em vista:



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- I. A complexidade técnica e criativa do objeto, que demanda avaliação presencial das propostas;**
- II. A inexistência de sistema eletrônico confiável para eliminação de metadados e proteção do sigilo;**
- III. A necessidade de garantir isonomia, segurança da informação e integridade procedimental;**
- IV. A celeridade e eficiência proporcionadas pela condução presencial dos atos; e**
- V. O amparo legal nas Leis nº 14.133/2021 e nº 12.232/2010, que permitem a forma presencial quando tecnicamente justificada.**

7.21. Assim, conclui-se que a licitação na forma presencial é **a medida mais adequada, segura e vantajosa** para o interesse público, em plena consonância com os princípios e fundamentos que norteiam a Administração Pública contemporânea.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. Conforme preceitua o §3º da Lei n. 12.232/2010, os serviços de publicidade licitados poderão ser adjudicados a mais de uma agência, desde que justificado, sem que haja a segregação em itens ou cotas de publicidades. Logo, diante da exigência de justificativa para tal escolha, entende-se o valor estimado está dentro do limite para contratação de apenas uma Agência, facultando-lhe a não contratação de mais de uma Agência, segundo as diretrizes da SECOM.

8.2. Dessa forma, e considerando a natureza dos serviços da solução aqui encontrada, não encontra razões para o parcelamento do objeto.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Abaixo estão detalhados os principais serviços e produtos que compõem o escopo da contratação e que deverão serem atendidos:

SERVIÇOS E PRODUTOS DE VEICULAÇÃO E MÍDIA	DESCRIÇÃO
Serviço de Publicidade em	Contratação de espaço publicitário em emissoras de rádio para veiculação de campanhas institucionais, informativas e



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

Rádio	educativas de interesse público.
Serviço de Publicidade em Site	Contratação de espaço publicitário em sites institucionais ou portais de notícias para veiculação de campanhas de interesse público.
Serviço de Publicidade com Influenciadores e Redes Sociais	Contratação de influenciadores digitais e espaços publicitários em redes sociais para campanhas institucionais e informativas de interesse público.
Propaganda de Rua – Carro de Som	Divulgação de campanhas institucionais por meio de carros de som equipados com sistemas de alto-falantes para a reprodução de mensagens gravadas e transmissões ao vivo.
Propaganda de Rua – Moto	Divulgação de campanhas institucionais através de motos equipadas com sistemas de som para reprodução de mensagens gravadas e transmissões ao vivo.
Espaço Publicitário em Podcast	Contratação de espaço publicitário em podcasts para a veiculação de campanhas institucionais e informativas de interesse público.
Espaço Publicitário em Outdoor	Contratação de espaço publicitário em outdoors para a veiculação de campanhas institucionais e informativas de interesse público.
Serviços de Produção de Materiais Gráficos de Publicidade	Criação e produção de materiais gráficos institucionais, como panfletos, banners, folders etc.
Serviços de Produção de Mídias Digitais	Criação e produção de conteúdos digitais, como vídeos, animações e peças para redes sociais, com foco em campanhas institucionais.

9.2. De forma resumida, após levantamento resultou-se no quadro abaixo, conforme visitas técnicas e mapeamento de necessidades de comunicação das Secretarias:

SECRETARIA	CAMPANHA
------------	----------



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

Secretaria Municipal de Administração	Limpeza de Lotes Urbanos
	Regularização Fundiária Urbana (REURB)
	Imposto Territorial (ITR)
	Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU)
	Programa de Recuperação Fiscal (REFIS)
	Concursos e Seletivos

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Saúde	Janeiro Roxo
	Fevereiro da Tuberculose
	Março da Mulher
	Abril do Autismo
	Maião Saúde do Trabalhador
	Doação de Sangue
	Doenças Respiratórias
	Cidadão e Prevenção à Sífilis
	Outubro Rosa
	Novembro Azul
	Dezembro Vermelho
	Mutirões Contra Aedes Aegypti
	Prevenção ao Câncer de Mama e Colo do Útero
	Vacinação
Prevenção às IST's	

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Esporte e Lazer	Campeonatos Municipais Esportivos
	Corrida de Rua – Aniversário da cidade



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

	Competições Estaduais e Interestaduais que projetam o município no cenário esportivo.
	Competições Esportivas na Temporada de Praia
	Esportes de Aventura
	Futebol Solidário
	Torneio de Artes Marciais
	Esporte Escolar e Universitário

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Educação	Matrículas e Rematrículas
	Processos Seletivos
	Entrega de Cartões Escolares e Uniformes
	Semana Pedagógica e Formações Continuadas
	Festa Junina e Festas Escolares
	PROERD (Programa Educacional de Resistência às Drogas e à Violência)

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Infraestrutura e Secretaria Municipal da Cidade	Pavimentação e Recuperação Asfáltica
	Construção e Reforma de Escolas e Unidades de Saúde
	Iluminação Pública
	Drenagem Urbana e Obras de Saneamento
	Revitalização de Praças, Parques e Áreas de Lazer
	Construção de Pontes e Estradas Vicinais
	Regularização Fundiária

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Assistência Social	CRAS e CREAS



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

	Serviços de Convivência e Fortalecimento de Vínculos (SCFV)
	Programas de Transferência de Renda
	Eventos comunitários e datas comemorativas
	Campanhas socioeducativas
	Cursos de Capacitação Profissional
	Passeios e atividades com o público idoso
	Grandes eventos temáticos

SECRETARIA	CAMPANHA
Secretaria Municipal de Secretaria Municipal de Segurança Pública, Trânsito e Defesa Civil	Campanhas de Educação no Trânsito
	Operações de Fiscalização e Ordem Pública
	Divulgação de Alertas de Risco da Defesa Civil
	Palestras e Treinamentos de Prevenção
	Criação de canais digitais oficiais

9.3. O resultado primordial é assegurar que as informações sobre atos, serviços e programas municipais cheguem de forma clara e tempestiva a todos os segmentos da população de Nova Xavantina. Pretende-se eliminar lacunas de comunicação, garantindo que cidadãos de diferentes perfis socioeconômicos e localizações geográficas (incluindo zona rural e urbana) exerçam o seu direito constitucional à informação.

9.4. Espera-se uma melhoria mensurável nos indicadores de adesão às campanhas das Secretarias finalísticas.

9.5. A solução deve resultar no fortalecimento do sentimento de pertencimento da comunidade e na promoção do potencial turístico e cultural da região. O objetivo é posicionar Nova Xavantina como um município transparente e em crescimento, atraindo novos investimentos e fomentando a economia local.

9.6. Pretende-se estabelecer os canais oficiais do município como fontes primárias e fidedignas de informação, mitigando riscos de desinformação que possam comprometer a ordem pública ou a eficácia dos serviços municipais.

9.7. Um resultado técnico central é a aplicação eficiente e transparente da verba publicitária. Através da expertise da agência, busca-se a maximização do impacto por real investido, utilizando métricas de desempenho e relatórios periódicos para assegurar a economicidade e a correção dos



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

gastos públicos.

9.8. Ao estabelecer um canal de diálogo contínuo e acessível, a contratação visa aumentar a participação popular em audiências públicas, eventos e processos de decisão administrativa, promovendo uma gestão mais democrática e responsável.

9.9. Obrigações da contratada:

9.9.1. A Contratada deve cumprir todas as obrigações constantes no Edital, Termo de Referência, seus anexos e sua proposta, assumindo como exclusivamente seus os riscos e despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto.

9.9.2. Executar o objeto de acordo com o Termo de Referência e demais informações constantes do Edital, do Contrato e anexos, bem como, exigir do Município, documento de Autorização de Fornecimento/Ordem de Serviço emitido pelo setor municipal competente, para o efetivo início dos serviços e comprovação do fornecimento/execução do objeto.

9.9.3. Iniciar os serviços em até 5 (cinco) dias contados da data de emissão da Autorização de Fornecimento.

9.9.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990).

9.9.5. Efetuar a entrega do objeto em perfeitas condições, conforme especificações, prazo e local constantes no Edital, Termo de Referência e seus anexos, acompanhado da respectiva nota fiscal.

9.9.6. Atender as normas e regulamentos governamentais decorrentes da Lei nº 6.514/77, Normas Regulamentadoras (NR) aprovadas pela Portaria nº 3.214/78, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), e Lei Municipais vigentes.

9.9.7. Fornecer à Secretaria Administração a documentação de sua competência, inclusive aquelas necessárias ao envio do “APLIC” do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso.

9.9.8. Facilitar todas as atividades de fiscalização pelos servidores do Município, permitindo inclusive o livre acesso dos servidores do órgão ou entidade pública concedente, bem como dos órgãos de controle, aos documentos e registros contábeis da CONTRATADA.

9.9.9. Quando solicitado, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, ou no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua solicitação, os seguintes documentos:

a) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social;



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- b) Certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;
 - c) Certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado;
 - d) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e
 - e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.
-
- 9.9.10. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, os serviços efetuados em que se verifiquem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes da execução, ou dos materiais utilizados, no **prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis**, contados da ciência pela CONTRATADA, ou no prazo para tanto, estabelecido pela fiscalização.
- 9.9.11. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados.
- 9.9.12. Atender a todos os pedidos de fornecimento, não se admitindo procrastinação em função de pedido de revisão de preços.
- 9.9.13. Comunicar à Contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação.
- 9.9.14. As comunicações entre o órgão ou entidade e a Detentora da Ata de Registro de Preços devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica (email) para esse fim.
- 9.9.15. Manter durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital.
- 9.9.16. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021);
- 9.9.17. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021);
- 9.9.18. Indicar preposto para representá-la durante a execução do contrato.
- 9.9.19. Promover a destinação final ambientalmente adequada, sempre que a legislação



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

assim o exigir.

- 9.9.20.** Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais, securitárias e de gerenciamento e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato.
- 9.9.21.** Deverá a CONTRATADA assumir a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica em caso de acidentes de trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas os seus empregados durante a prestação do serviço ou em conexão com ele, ainda que acontecido em dependência do Município.
- 9.9.22.** Ainda, a CONTRATADA se obriga a responder por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus profissionais e ainda, por danos ou avarias e/ou repará-los, quando causados diretamente à Administração ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, durante a execução do objeto.
- 9.9.23.** As despesas de locomoção, diárias, hospedagem e alimentação, quando do deslocamento e permanência no Município para a prestação dos serviços, são de inteira responsabilidade da empresa contratada;
- 9.9.24.** Serão de total responsabilidade da empresa contratada, eventuais danos decorrentes de acidentes de veículos quando do deslocamento para realização dos trabalhos contratados, sejam eles pessoais, materiais ou morais, inclusive de terceiros, além de notificações por infrações ao Código de Trânsito Brasileiro.
- 9.9.25.** Comunicar ao Fiscal do Contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.
- 9.9.26.** Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.
- 9.9.27.** Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos.
- 9.9.28.** Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021.

- 9.9.29.** Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato.
- 9.9.30.** Para fins de atendimento ao disposto na **Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**, as informações e dados apresentados para participar do processo licitatório, são de domínio público, em razão dos princípios do interesse público e da publicidade dos atos efetuados pela municipalidade.
- 9.9.31.** O contratado obriga-se ainda, em atendimento ao disposto na Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a manter sigilo de todas as informações sobre os dados pessoais e dados pessoais sensíveis, repassados em decorrência da execução da contratação, sendo vedado o repasse dessas informações, salvo aquelas decorrentes de obrigações legais ou para viabilizar o cumprimento do objeto contratado.
- 9.9.32.** Executar os serviços diretamente, com seus próprios recursos, operando como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- 9.9.33.** Os serviços deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia ao Município de Nova Xavantina-MT.
- 9.9.34.** Executar todos os serviços de acordo com os prazos e as demais especificações estipuladas pelo Município de Nova Xavantina-MT.
- 9.9.35.** A agência poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares (fornecedores de serviços especializados).
- 9.9.36.** A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização do Município de Nova Xavantina-MT e implica a atuação da agência por conta e ordem do Município.
- 9.9.37.** O município de Luzerna deverá ser previamente identificado pela agência no ato de



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

contratação de veículos de divulgação.

- 9.9.38.** Efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ser realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pelo Município de Nova Xavantina-MT.
- 9.9.39.** Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pelo Município de Nova Xavantina-MT, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.
- 9.9.40.** As alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados ao Município, devendo a agência adotar providências imediatas para solucionar a pendência.
- 9.9.41.** A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da agência, que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.
- 9.9.42.** Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação do Município de Nova Xavantina-MT e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.
- 9.9.43.** Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação, através de desconto de frequência, tabela, pacote, posicionamento, etc.
- 9.9.44.** Pertencem ao Município de Nova Xavantina-MT, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo, excluídos os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à agência, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.
- 9.9.45.** A agência não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município de Nova Xavantina-MT, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre se conduzir na orientação da



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

- 9.9.46.** Nos casos de reutilizações de peças publicitárias do Município de Nova Xavantina-MT, a agência deverá negociar sempre as melhores condições de preço.
- 9.9.47.** Elaborar, sempre que solicitado pelo Município de Nova Xavantina-MT, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.
- 9.9.48.** Prestar esclarecimentos ao Município de Nova Xavantina-MT, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.
- 9.9.49.** Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto licitado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 9.9.50.** A agência é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 9.9.51.** Sempre que solicitado pelo Município de Nova Xavantina-MT, a agência deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.
- 9.9.52.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.
- 9.9.53.** Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento dos serviços.
- 9.9.54.** A agência também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar o Município de Nova Xavantina-MT e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.
- 9.9.55.** Havendo condenação contra a Município de Nova Xavantina-MT, a agência lhe reembolsará as importâncias que tenham sido obrigadas a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

- 9.9.56.** Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.
- 9.9.57.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto da licitação.
- 9.9.58.** Em relação aos impactos ambientais, **cabará à futura contratada**, ações a serem adotadas como boas práticas no fornecimento dos produtos e serviços, a serem desempenhados por intermédio de seus profissionais e materiais fornecidos:
- a)** Orientar seus empregados sobre prevenção e controle de risco aos trabalhadores, bem como sobre práticas socioambientais para economia de energia, de água e redução de geração de resíduos sólidos;
 - b)** Utilizar equipamentos, produtos e materiais de menor impacto ambiental;
 - c)** Fornecer aos empregados os equipamentos de segurança que se fizerem necessários, para a execução do objeto e fiscalizar o seu uso, em especial pelo que consta da Norma Regulamentadora nº 6 do MTE;
 - d)** Destinar de forma ambientalmente adequada todos os resíduos que foram utilizados no fornecimento do objeto;
 - e)** Observar, durante a vigência do contrato, as práticas definidas como de responsabilidade
 - f)** Socioambiental, acerca de: normas de segurança do trabalho; redução no consumo de energia, água e demais recursos naturais;
 - g)** Manter critérios especiais e privilegiados para aquisição de produtos e equipamentos que apresentem eficiência energética, redução de consumo e impactos ambientais.
 - h)** Observar e cumprir a legislação ambiental pertinente ao objeto da licitação, desde a extração e/ou aquisição da matéria-prima e/ou produto até a destinação final de materiais e resíduos da execução da demanda.

9.10. Condições de pagamento serão:

9.10.1. O pagamento será efetuado de acordo com o fornecimento, no prazo de até 30 (trinta) dias mediante apresentação da Nota Fiscal ou documento equivalente, devidamente atestada, juntamente das certidões de regularidade fiscal em plena validade, previstas na Lei nº 14.133/2021.

9.10.2. Nota Fiscal ou documento equivalente será gerada de acordo com o fornecimento



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

das quantidades de serviços entregues e solicitados na Autorização de Fornecimento/Ordem de Serviço.

9.10.3. As Notas Fiscais/Faturas devem ser emitidas pelos Fornecedores aos cuidados da (s) licitante (s) vencedora (s). e está (s) por sua vez emitirá Nota Fiscal contra o município de Nova Xavantina-MT, contendo histórico/descrição completa dos serviços prestados e número do contrato. Com exceção dos serviços de veiculação, cujas notas fiscais devem ser emitidas diretamente em nome do município de Nova Xavantina-MT.

9.10.4. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao município de Nova Xavantina-MT, para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido aos Veículos, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem e dos comprovantes dos serviços realizados (mídias digitais, anúncios, etc.).

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

10.1. Para a plena execução da solução e o alcance dos resultados pretendidos, a Administração Municipal deverá adotar as seguintes providências:

- a)** Indicação formal, por meio de portaria, do Gestor e dos Fiscais do Contrato (titulares e suplentes), que deverão possuir conhecimento técnico ou treinamento básico sobre os fluxos da Lei nº 12.232/2010.
- b)** Estabelecimento de um canal de comunicação direta entre a agência contratada e os responsáveis pela comunicação das secretarias de Saúde, Educação, Infraestrutura e Administração.
- c)** Criação de um protocolo interno de aprovação, definindo que nenhuma peça ou campanha poderá ser veiculada sem a autorização expressa e por escrito da Secretaria requisitante ou da unidade central de comunicação.
- d)** Definição de cronogramas de reuniões periódicas para alinhamento das demandas sazonais (campanhas de vacinação, períodos de matrículas, IPTU, etc.).
- e)** Organização e entrega à agência contratada de todo o acervo de identidade visual do município (logotipos, manuais de marca, banco de imagens oficial) para garantir a padronização das peças desde o primeiro dia de contrato.
- f)** Bloqueio das dotações orçamentárias específicas para os serviços de publicidade institucional e de utilidade pública, garantindo a disponibilidade de recursos para os



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

pagamentos de produção e, principalmente, para as reservas de mídia (veículos de comunicação).

- g) Caso haja contrato vigente, estabelecer um plano de transição para que não haja interrupção em campanhas de emergência ou de utilidade pública essencial durante a troca de agências.
- h) Realização de auditoria técnica nos perfis de redes sociais, sites oficiais e murais informativos para que a agência possa assumir a gestão de conteúdo e a otimização desses canais imediatamente após a assinatura do contrato.
- i) Orientação aos secretários e servidores sobre as restrições da publicidade institucional, especialmente em anos eleitorais, para garantir que o trabalho da agência esteja sempre em estrita conformidade com a legislação eleitoral e os princípios da impessoalidade.
- j) Promoção do sorteio público para a escolha dos membros da Subcomissão Técnica, que deverá ser composta por, pelo menos, 03 (três) membros que atuem na área de comunicação, publicidade ou marketing, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) deles não podem manter qualquer vínculo funcional ou contratual com o Município de Nova Xavantina.
- k) Publicação da relação dos profissionais inscritos para o sorteio no órgão oficial de imprensa, com a antecedência mínima prevista em lei, para garantir a transparência e permitir eventuais impugnações.
- l) Garantir que a Subcomissão Técnica tenha infraestrutura e suporte para realizar a análise dos "Invólucros de Proposta Técnica" sem identificação (via plano de comunicação e via não identificada), assegurando a imparcialidade do julgamento conforme o rito especial da legislação vigente.

11. CONTRATAÇÃO CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

11.1. Não se encontra qualquer contratação correlata e/ou interdependente.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

12.1. A execução das atividades de comunicação pública e dos serviços publicitários contratados, incluindo a veiculação de campanhas institucionais e a produção de materiais gráficos, será conduzida com total respeito às normas ambientais vigentes, visando minimizar os impactos ao meio ambiente.

12.2. A responsabilidade ambiental será um dos critérios considerados ao longo de todo o processo de contratação, execução e acompanhamento das campanhas.

12.3. Em relação aos **materiais gráficos** produzidos, embora não haja foco específico em materiais recicláveis, será priorizado o uso eficiente dos recursos, com o objetivo de reduzir o desperdício e otimizar a produção.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

- 12.4.** A agência contratada será orientada a evitar excessos na produção de materiais físicos e a buscar alternativas que não sobrecarreguem o meio ambiente.
- 12.5.** Para a **veiculação das campanhas em mídias externas e digitais**, como outdoors e painéis digitais, a administração pública buscará soluções que priorizem a utilização de tecnologias eficientes, sem causar danos ambientais excessivos.
- 12.6.** A escolha de veículos de comunicação também levará em consideração o compromisso com práticas ambientais responsáveis, como a utilização de tecnologias com menor impacto ecológico, sempre que possível.
- 12.7.** Em relação à **utilização de carros de som e outros meios móveis de propaganda**, será adotada a utilização de veículos que atendam aos critérios ambientais, com foco na redução da emissão de poluentes.
- 12.8.** A Prefeitura priorizará a escolha de veículos que apresentem menor impacto ambiental, utilizando tecnologias mais limpas sempre que viável, para minimizar a emissão de CO₂ e outros poluentes.
- 12.9.** A **monitoramento e avaliação** das campanhas também levará em consideração os impactos ambientais gerados, com a implementação de um sistema de rastreamento para medir o consumo de recursos e os resíduos gerados.
- 12.10.** A gestão dos resíduos será realizada de forma a garantir que o descarte de materiais seja feito de maneira adequada, buscando reduzir ao máximo os impactos ambientais.
- 12.11.** Embora o foco não seja exclusivamente em materiais recicláveis, todas as ações publicitárias serão conduzidas com responsabilidade ambiental, respeitando as normas legais e buscando minimizar os impactos ao meio ambiente.
- 12.12.** As práticas adotadas visam não apenas a eficácia da comunicação pública, mas também a preservação do meio ambiente e o compromisso com a sustentabilidade em todas as etapas do processo.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

- 13.1.** A viabilidade da contratação de uma agência especializada em serviços de intermediação publicitária para o Município de Nova Xavantina é plenamente justificada pela necessidade de atender às demandas de comunicação institucional, de forma eficiente e estratégica, nas diversas secretarias municipais.
- 13.2.** A análise das alternativas disponíveis para a execução dos serviços publicitários demonstra que a contratação de uma agência especializada é a solução mais adequada para o Município, considerando a complexidade das ações, a diversidade de mídias e a necessidade de atingir uma população com diferentes perfis e meios de acesso à informação.



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA XAVANTINA
CNPJ: 15.024.045/0001-73

13.3. Com base em levantamentos realizados a partir de **licitações semelhantes** em municípios de porte semelhante, como os casos de **Ivinhema – MS, Jardim – MS e Ibiá – MG**, a viabilidade econômica da contratação é evidenciada pelos valores praticados nesses municípios, que se encontram dentro da realidade orçamentária do município de Nova Xavantina-MT.

13.4. Além disso, as estimativas de custo para os serviços publicitários estão em conformidade com as tabelas de preços do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (SINAPRO-MT)**, o que garante que a contratação será realizada de acordo com os preços de mercado e dentro das normas legais.

13.5. Em resumo, a contratação de uma agência de publicidade é viável tanto do ponto de vista legal quanto econômico. Ela proporcionará à Prefeitura de Nova Xavantina os recursos e a expertise necessários para uma comunicação pública eficiente, além de garantir a transparência e a aplicação responsável dos recursos públicos, atendendo assim a um dos pilares da administração pública.

Nova Xavantina-MT, 06 de maio de 2026.

MARCELIA MARTINS MENDONCA
Responsável pelo Estudo Técnico Preliminar

VANDERLENE MARIA DE OLIVEIRA
Responsável pelo Estudo Técnico Preliminar

TALITA ANTONIA ZUCHETTO DA S. MARTINS
Responsável pelo Estudo Técnico Preliminar