

## ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR {INCISO XX, ART. 6º, LEI 14.133/2021<sup>1</sup>}.

### 1. DA DEFINIÇÃO DO OBJETO<sup>2</sup>:

**1.1** O presente Estudo Técnico Preliminar tem por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar serviços, programas, ações, campanhas e projetos de interesse da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO/MS difundir ideias ou informar o público em geral, conforme especificações constantes no edital e seus anexos.

**1.2.** Os serviços ora contratados são caracterizados como serviços comuns especializados, de natureza intelectual, conforme as especificações técnicas apresentadas no Termo de Referência.

**1.3.** O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do instrumento contratual e sua eficácia após a devida publicação no Portal Nacional de Contratação Pública - PNCP, podendo ser prorrogado conforme a legislação vigente.

**1.4.** A minuta do contrato definirá as obrigações da contratada quanto à execução das atividades de publicidade, observância dos prazos, aprovação prévia de peças e campanhas, prestação de contas e comprovação da veiculação dos materiais.

### 2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO<sup>3</sup>:

#### 2.1. 2.1. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE

**2.1.1.** A Câmara Municipal de Aparecida do Taboado, no exercício de suas atribuições constitucionais, deve assegurar ampla divulgação de seus atos, projetos, campanhas institucionais e informações de interesse coletivo, garantindo transparência administrativa e acesso da população às atividades legislativas.

**2.1.2.** Para que essa comunicação ocorra de maneira eficiente, torna-se indispensável a atuação de profissionais especializados em comunicação pública, capazes de desenvolver planejamento estratégico, linguagem adequada ao público-alvo, definição de meios de divulgação e produção técnica de conteúdo institucional.

**2.1.2.** Os serviços compreendem atividades técnicas integradas, incluindo estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, acompanhamento da execução externa e distribuição de campanhas informativas junto aos diversos meios de comunicação. A execução dessas ações demanda conhecimento técnico específico e estrutura profissional adequada, inexistentes no quadro funcional do Poder Legislativo.

<sup>1</sup> Inciso XX, art. 6º, Lei 14.133/2021 - estudo técnico preliminar: documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação;

<sup>2</sup> Inciso II, art. 18, Lei 14.133/2021 – a definição do objeto para o atendimento da necessidade, por meio de termo de referência, anteprojeto, projeto básico ou projeto executivo, conforme o caso;

<sup>3</sup>, § 1º, inciso I, art. 18, Lei 14.133/2021 – descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público;

2.1.3. A inexistência de contratação especializada comprometeria a efetividade da comunicação institucional, reduzindo o alcance das informações públicas e dificultando o cumprimento do princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal. Assim, a contratação mostra-se necessária para assegurar a adequada divulgação das ações legislativas e o fortalecimento da relação entre a Administração Pública e a sociedade.

## 2.2. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO

2.2.1. A contratação de agência de propaganda especializada decorre da necessidade de prestação de serviços técnicos predominantemente intelectuais, de natureza criativa e estratégica, conforme disciplina a Lei nº 12.232/2010, em consonância com a Lei nº 14.133/2021.

2.2.2. A comunicação institucional ultrapassa a simples publicação de atos oficiais, consistindo em ferramenta de gestão pública destinada à orientação social, divulgação de serviços, incentivo à participação popular e disseminação de informações de interesse coletivo, tais como audiências públicas, projetos legislativos, campanhas educativas e ações institucionais.

2.2.3. A execução dessas atividades exige conhecimento técnico em planejamento de mídia, produção publicitária, design gráfico, redação institucional e estratégias de comunicação, não sendo possível sua realização direta pela Administração sem prejuízo das atribuições ordinárias dos servidores.

2.2.4. Além disso, a publicidade institucional contribui para a transparência administrativa, para o fortalecimento da imagem institucional e para o cumprimento dos princípios da publicidade e da eficiência previstos no art. 37 da Constituição Federal.

2.2.5. A divulgação abrangerá múltiplos meios de comunicação, tais como rádio, imprensa escrita, meios digitais, redes sociais, portais eletrônicos e demais plataformas informativas, permitindo ampliar o acesso da população às informações legislativas e consolidar o caráter educativo e informativo da comunicação pública.

2.2.6. Dessa forma, a contratação atende ao interesse público, garantindo comunicação institucional profissional, estratégica e acessível à coletividade.

## 2.3. JUSTIFICATIVA PARA O MODELO DE CONTRATAÇÃO

2.3.1. A contratação de serviços de publicidade e propaganda deve observar as disposições da Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitações e contratações dessa natureza, em consonância com a Lei nº 14.133/2021.

2.3.2. Referida legislação determina que a seleção da agência de propaganda seja realizada por meio de **licitação na modalidade concorrência**, do tipo **técnica e preço**, considerando que tais serviços possuem caráter intelectual, artístico e criativo, cuja aferição não pode se limitar exclusivamente ao critério do menor preço.

2.3.2. Esse modelo de contratação justifica-se pela necessidade de assegurar que a agência escolhida possua não apenas proposta financeira adequada, mas também **capacidade técnica comprovada, portfólio compatível, experiência prévia e criatividade**, atributos essenciais para o desenvolvimento de campanhas publicitárias eficazes, alinhadas aos princípios da Administração Pública e ao interesse coletivo.

**2.3.3.** Ademais, a escolha da concorrência técnica e preço garante maior competitividade entre as licitantes, transparência no processo, e possibilita à Administração selecionar a proposta mais vantajosa, equilibrando economicidade e qualidade técnica.

**2.3.4.** Dessa forma, o modelo de contratação adotado encontra respaldo legal, atende às especificidades do objeto e representa a solução mais adequada para garantir a efetividade da comunicação institucional da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO.

### **3. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL<sup>4</sup>:**

**3.1.** A Câmara Municipal de Aparecida do Taboado/MS encontra-se em fase de elaboração do Plano de Contratações Anual (PCA), nos termos da Lei nº 14.133/2021, estando a presente contratação alinhada ao planejamento institucional e sendo incluída no referido instrumento quando de sua formalização e publicação.

### **4. DESCRIÇÃO DETALHADA DOS SERVIÇOS:**

**4.1.** Ações de publicidade destinadas à ampla divulgação dos atos oficiais, programas, projetos, campanhas, eventos, utilidades públicas, serviços e demais atividades da Câmara Municipal, com a finalidade de informar, esclarecer e conscientizar a população, em consonância com as diretrizes da Assessoria/Secretaria de Comunicação Social.

**4.2. Serviços Integrados de Publicidade:** Envolvem estudo e planejamento estratégico, conceituação criativa, concepção e criação de peças e campanhas, execução interna e supervisão da execução externa, intermediação com fornecedores e distribuição da publicidade junto a veículos e demais meios de comunicação, sempre orientados pela busca do maior alcance e efetividade da mensagem institucional.

**4.3. Pesquisas e Diagnósticos:** Englobam a realização de pesquisas de opinião pública, avaliações de impacto e eficácia das campanhas, análise do comportamento do público-alvo, além de estudos de mercado e de mídia, com vistas à orientação das estratégias de comunicação e à maximização dos resultados das ações publicitárias.

**4.4. Produção Técnica:** Responsabilidade pela produção técnica de peças e materiais publicitários, tais como: vídeos institucionais, spots para rádio, impressos, conteúdos digitais para redes sociais, painéis, outdoors, banners, publicações eletrônicas, entre outros, de acordo com os objetivos específicos de cada campanha ou demanda institucional.

**4.5. Inovação em Comunicação:** Desenvolvimento e aplicação de formatos inovadores de comunicação publicitária, incorporando novas tecnologias e recursos multimídia, com o intuito de ampliar o engajamento da sociedade e assegurar maior efetividade na difusão das mensagens institucionais.

**4.6. Atuação Coordenada com a Câmara Municipal:** A agência prestará os serviços sob demanda e orientação da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO, por intermédio da Assessoria/Secretaria de Comunicação Social, observando os limites e diretrizes legais previstas na Lei nº 4.680/1965 e demais normas aplicáveis.

**4.6.1. Fornecedores Especializados:** Contratação de serviços especializados de produção e execução de campanhas, peças e projetos publicitários, conforme necessidades apresentadas pela Administração.

<sup>4</sup> § 1º, inciso II, art. 18, Lei 14.133/2021 – demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração;

**4.6.2. Veículos e Meios de Divulgação:** Aquisição de tempo e espaço publicitário em quaisquer mídias, sem restrição quanto ao tipo de veículo, assegurando a necessária amplitude, capilaridade e efetividade da divulgação institucional.

## MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO<sup>5</sup>:

### 5.1. CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO:

**5.1.1.** Os serviços de publicidade e propaganda deverão ser prestados em conformidade com as disposições constantes do item 4 deste Termo de Referência, observando-se rigorosamente as orientações e demandas da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO, por meio de sua Assessoria/Equipe de Comunicação Social, garantindo a qualidade técnica, a legalidade e o alinhamento com os objetivos institucionais desta Casa de Leis.

**5.1.2.** Todos os custos e encargos inerentes à execução dos serviços contratados — incluindo, mas não se limitando a: criação, produção, veiculação, contratação de fornecedores, aquisição de direitos autorais, taxas, tributos, encargos trabalhistas, materiais, ferramentas, equipamentos de proteção individual (EPI's), seguros e demais despesas operacionais — serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não sendo cabível qualquer repasse ou reembolso à CONTRATANTE, direta ou indiretamente.

**5.1.3.** A CONTRATADA assumirá integral responsabilidade por eventuais danos materiais e/ou pessoais causados à CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de atos praticados por seus empregados, prepostos, subcontratados ou fornecedores durante a execução dos serviços, arcando com todos os ônus civis, administrativos e trabalhistas que se originarem de sua atuação.

**5.1.4.** A CONTRATANTE reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério e de acordo com a conveniência administrativa, utilizar total ou parcialmente os serviços previstos, não ensejando à CONTRATADA qualquer direito à indenização, ressarcimento, pagamento por ociosidade, expectativa de faturamento ou quaisquer outras formas de compensação financeira.

**5.1.5.** Aplicam-se, no que couber, de forma subsidiária, as disposições da Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), especialmente no que se refere à qualidade, segurança e adequação dos serviços prestados ao fim a que se destinam.

**5.2. DO RECEBIMENTO DO OBJETO:** Observado o disposto no art. 140 da Lei nº 14.133/2021, o recebimento dos serviços contratados será realizado conforme segue, respeitando-se a natureza intelectual e continuada da prestação dos serviços de publicidade institucional:

**5.2.1.** O recebimento provisório dos serviços ocorrerá mediante termo circunstanciado ou recibo, emitido pela Administração, no prazo de até 15 (quinze) dias corridos contados da comunicação escrita de conclusão da respectiva etapa dos serviços, para fins de análise preliminar quanto à conformidade com as especificações técnicas, conceituais e contratuais.

**5.2.2.** O recebimento definitivo será realizado em até 30 (trinta) dias corridos após o recebimento provisório, mediante novo termo circunstanciado, a partir da verificação da conformidade dos serviços prestados com os objetivos estabelecidos no contrato, considerando os resultados das campanhas, o alcance das ações publicitárias e a efetividade da comunicação institucional. O prazo poderá ser estendido até o limite legal de 90 (noventa) dias, em casos excepcionais e devidamente justificados.

<sup>5</sup> e, inciso XXIII, art. 6º, Lei 14.133/2021 – modelo de execução do objeto, que consiste na definição de como o contrato deverá produzir os resultados pretendidos desde o seu início até o seu encerramento;

**5.2.3.** O prazo para o recebimento definitivo poderá ser prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de realização de diligências técnicas ou complementações, inclusive para aferição dos resultados de campanhas, cumprimento de metas de divulgação, ou avaliação da qualidade e eficácia da comunicação.

**5.2.4.** Em caso de controvérsia quanto à execução dos serviços, especialmente quanto à adequação do conteúdo, alcance, formato ou veiculação, observar-se-á o disposto no art. 143 da Lei nº 14.133/2021, devendo a CONTRATADA ser formalmente comunicada para emissão de Nota Fiscal referente à parcela incontroversa, permitindo a liquidação e o pagamento parcial dos serviços executados.

**5.2.5.** O prazo para correção de inconsistências identificadas pela CONTRATANTE, sejam relacionadas à execução dos serviços ou à documentação fiscal, não será computado para fins de contagem do prazo de recebimento definitivo, devendo a CONTRATADA proceder aos ajustes imediatamente após a notificação.

**5.2.6.** O recebimento provisório ou definitivo não exime a CONTRATADA de sua responsabilidade civil, técnica e profissional, especialmente quanto à adequação das campanhas publicitárias às diretrizes da Administração, à legalidade do conteúdo veiculado, à observância das normas éticas e à segurança jurídica da execução contratual

## 6. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES E MEMÓRIAS DE CÁLCULO<sup>6</sup>:

### 6.1. Histórico Contratual da Tomada de Preços nº 001/2023:

**6.1.1.** A Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO promoveu a Tomada de Preços nº 001/2023, que resultou na contratação da empresa JRA COMUNICAÇÕES LTDA, para prestação de serviços de publicidade e propaganda.

**2.1.2.** O contrato firmado vem sendo prorrogado, estando atualmente vigente com prazo de encerramento no dia 17/08/2026, conforme demonstrado a seguir:

TIPO	VIGÊNCIA	VALOR (R\$)
CONTRATO Nº 009/2023	17/08/2023 a 17/08/2024	415.000,00
TA Nº 001 – valor	17/08/2024 a 17/08/2025	415.000,00
TA Nº 002 –Acréscimo de valor	29/04/2025 a 17/08/2025	103.750,00
TA Nº 003 – vigência mais acréscimo de valor	17/08/2025 a 17/08/2026	627.300,00
<i>saldo remanescente do contrato</i>		<i>-108.550,00</i>
<b>TOTAL (R\$):</b>		<b>1.452.500,00</b>

**6.2.** A Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO, com base em sua previsão orçamentária para o exercício de 2026, estima um gasto anual de **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)** para a contratação de serviços de publicidade e propaganda institucional. Este montante foi calculado a partir de estudo técnico de demanda, análise de parâmetros de mercado, histórico de contratações análogas em órgãos públicos e consulta a veículos de comunicação locais e regionais, considerando a disponibilidade financeira da Casa Legislativa e a necessidade de garantir ampla divulgação das ações, programas, serviços e projetos de interesse público.

**6.3.** A readequação do valor da contratação para o novo processo licitatório de agência de publicidade e propaganda, encontra fundamento tanto no crescimento da demanda por serviços de comunicação institucional da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO, quanto na atualização dos valores atualmente praticado pelos veículos de mídia em âmbito local e regional.

<sup>6</sup> § 1º, inciso IV, art. 18, Lei 14.133/2021 – estimativas das quantidades para a contratação, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala;

**6.4.** O valor estimado atualmente encontra-se defasado, tendo em vista que a última contratação de serviços de publicidade foi realizada com base em preços de mercado de 2023. Ademais, verifica-se um aumento expressivo no número de veículos de comunicação com atuação em âmbito local e regional, o que demanda a ampliação dos meios de divulgação das ações legislativas, a fim de garantir maior alcance e efetividade na comunicação institucional da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO-MS.

**6.5.** A atualização do valor estimado justifica-se, ainda pelos reajustes anuais aplicados conforme as Tabelas Oficiais de preços dos veículos de comunicação, bem com pela Tabela de Custos Referenciais para Serviços de Publicidade do SINAPRO/MS – Edição 2025, a qual contempla, entre outros parâmetros, os honorários técnicos das agências de publicidade.

**6.6.** Considerando a análise técnica e a compatibilização com os recursos orçamentários disponíveis, definiu-se o valor de **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)** como estimativa anual para a nova contratação.

**6.7.** A Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO reforça que a readequação de valores visa garantir a efetividade, abrangência e qualidade das campanhas institucionais a serem executadas, assegurando comunicação clara, transparente e eficiente das ações legislativas para a população.

**6.8.** Com base no Documento de Formalização de Demanda (DFD), nas solicitações dos setores internos da Câmara e nos parâmetros da Tabela SINAPRO/MS, a estimativa anual de custo para a contratação dos serviços de publicidade institucional foi fixada em **R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais)**.

**6.9.** Estimativa de Quantidade e Demanda Mensal.

### **Estimativa Mensal de Demanda – Valores Atualizados**

<b>Item</b>	<b>Descrição</b>	<b>Quantidade / Frequência</b>	<b>Valor Médio Mensal (R\$)</b>
a)	Veiculação em Rádio	800 inserções mensais de 30/40 segundos em 3 rádios locais	12.667,00
b)	Veiculação em Sites	7 inserções semanais em 8 sites regionais locais	30.188,00
c)	Jornal Impresso	Inserções mensais em 1 jornal regional	1.250,00
d)	Produção Audiovisual	Folders, vídeos, áudios, entre outros	24.645,00
e)	Produção Gráfica	Banners, adesivos, impressões, entre outros	5.000,00
f)	Divulgação visual (telão)	Campanhas de Saúde, vacinação, dengue, etc...	1.250,00

**6.9.1. Total Mensal Estimado: R\$ 75.000,00 (setenta e cinco mil).**

**6.9.2. Total Anual Estimado: R\$ 900 mil (novecentos mil reais).**

**6.9.3. Metodologia da Formação dos Valores Estimados:** Os valores apresentados na tabela de estimativa mensal de demanda (item 6.9) foram definidos com base na combinação das seguintes fontes de referência:

**a)** Tabela de Custos Referenciais do SINAPRO/MS – Edição 2025, utilizada como principal parâmetro para definição dos preços unitários de cada tipo de serviço de publicidade;

**b)** Histórico de execução de serviços de publicidade em órgãos públicos, considerando quantitativos médios de inserções e produção de campanhas realizadas em anos anteriores;(referencia: **Tomada de Preços nº 001/2023**);

c) Consulta de preços junto a veículos de comunicação locais, regionais e fornecedores de serviços gráficos e audiovisuais, visando validar a aderência da Tabela SINAPRO/MS à realidade mercadológica;

d) Projeção de crescimento da demanda institucional, considerando aumento das campanhas e ampliação da cobertura de comunicação, em alinhamento com as metas da Administração Legislativa para o exercício de 2026.

**6.10.** Metodologia de Formação dos Preços: As estimativas de preços foram obtidas através de consulta direta aos veículos de comunicação locais e com base no histórico de campanhas anteriores, além de referência à Tabela SINAPRO/MS – Edição 2025, em conformidade com os artigos 18, 23 e 40 da Lei nº 14.133/2021.

**6.11.** A presente estimativa, baseada em levantamento mercadológico, histórico de execução de serviços similares e diretrizes legais, assegura que a **Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO** terá condições de atender com eficiência suas necessidades de comunicação institucional durante o exercício de 2026.

**6.12.** A estimativa observa rigorosamente os princípios da **economicidade, eficiência e interesse público**, em conformidade com a **Lei nº 14.133/2021** e a **Lei nº 12.232/2010**, garantindo a execução de campanhas institucionais de qualidade, alinhadas aos objetivos legislativos e ao fortalecimento da transparência e do diálogo com a sociedade.

## 7. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO<sup>7</sup>:

7.1. A Equipe de Planejamento da contratação, com base em pesquisa de mercado, experiências anteriores da Administração, consultas a entes públicos e avaliação das necessidades institucionais, identificou as seguintes soluções possíveis para atender à demanda de contratação de serviços de publicidade e propaganda:

**7.1.1. Solução 1: Contratação mediante Concorrência Publicitária:** Trata-se da modalidade específica e legalmente adequada para a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010, com julgamento por técnica e preço, conforme exige também a Lei nº 14.133/2021. Essa forma de contratação assegura que a agência selecionada possua não apenas preço competitivo, mas também qualificação técnica compatível com a complexidade dos serviços publicitários. Permite o desenvolvimento de campanhas institucionais de maior impacto e relevância, com segurança jurídica, transparência e eficiência, garantindo o atendimento de todos os objetivos de comunicação do Legislativo Municipal. Embora envolva prazos processuais mais longos, é a solução mais adequada, pois melhor se alinha às exigências legais específicas do setor publicitário e às necessidades da Câmara Municipal.

### **7.1.2. Solução 2: Contratação por meio de Pregão Eletrônico com Sistema de Registro de Preços:**

Consiste na realização de processo licitatório na modalidade Pregão Eletrônico, com o objetivo de formar uma Ata de Registro de Preços para a contratação de serviços conforme a demanda. Essa solução pode proporcionar maior flexibilidade e agilidade nas contratações futuras, especialmente quando há necessidade de serviços contínuos ou repetidos. Contudo, não é a forma mais adequada para contratação de serviços publicitários, dada a incompatibilidade com os critérios legais exigidos pela Lei nº 12.232/2010, que prevê obrigatoriamente o julgamento por técnica e preço, e não apenas pelo menor preço, como é característico do pregão.

<sup>7</sup> c, inciso XXIII, art. 6º, Lei 14.133/2021 – descrição da solução como um todo, considerado todo o ciclo de vida do objeto

Portanto, essa solução não atende aos requisitos legais específicos do objeto em questão, sendo mais indicada para outros tipos de serviço que não envolvam comunicação institucional complexa.

**7.1.3. Solução 3: Contratação Direta/Emergencial:** Essa solução está prevista no **art. 75, inciso VIII, da Lei nº 14.133/2021**, sendo cabível em situações de urgência devidamente justificadas, para prevenir prejuízos à Administração ou à coletividade. Apesar de ser uma alternativa legal em determinados casos, **não se mostra como a mais adequada** para a presente contratação, uma vez que a demanda se refere a um serviço contínuo e planejado, de natureza estratégica, que exige **planejamento técnico, critérios qualitativos de julgamento e ampla competitividade**. Além disso, a contratação emergencial tem prazo restrito e limitações que **não se ajustam ao escopo amplo e permanente dos serviços publicitários pretendidos**. Assim, essa solução deve ser descartada neste caso, salvo em hipóteses excepcionais e pontuais.

## 7.2. Vantagem e Desvantagens:

Solução	Vantagens	Desvantagens
<b>1. Concorrência Publicitária (Lei nº 12.232/2010)</b>	- Atende integralmente à legislação específica para serviços de publicidade- Permite julgamento por técnica e preço, garantindo qualidade e resultado- Garante segurança jurídica e transparência- Seleciona agência com capacidade técnica comprovada- Permite campanhas institucionais consistentes e inovadoras	- Processo mais complexo e com prazos mais longos- Exige maior preparo técnico da Administração para conduzir o certame
<b>2. Pregão Eletrônico com Registro de Preços</b>	- Procedimento mais ágil e simplificado- Possibilidade de formação de ata para contratações futuras- Ampla concorrência entre fornecedores- Redução de custos por economia de escala	- Não se aplica legalmente à contratação de serviços publicitários (incompatível com a Lei nº 12.232/2010)- Critério de julgamento baseado apenas no menor preço, o que compromete a qualidade- Risco de impugnações e nulidade do procedimento
<b>3. Contratação Direta/Emergencial (art. 75, VIII da Lei 14.133/2021)</b>	- Possibilidade de atendimento imediato em situações excepcionais- Dispensa licitação e reduz trâmites burocráticos- Útil para cobrir lacunas enquanto se realiza o procedimento regular	- Aplicável apenas em casos de urgência devidamente comprovada- Validade temporária (máximo de 180 dias)- Não promove competição ampla- Pode ser questionada por órgãos de controle se não for bem fundamentada

## 7.3. Riscos da Contratação:

Solução	Riscos de Contratação
<b>1. Concorrência Publicitária (Lei nº 12.232/2010)</b>	- Atraso no início dos serviços em razão do trâmite licitatório mais longo;- Necessidade de equipe técnica especializada para elaborar o edital e julgar as propostas técnicas; - Impugnações ou recursos durante o processo, caso os critérios técnicos não estejam devidamente fundamentados; - Risco de ineficiência se os critérios técnicos forem mal definidos.
<b>2. Pregão Eletrônico com SRP</b>	- Inadequação legal para serviços de publicidade, em razão da exigência da Lei nº 12.232/2010;- Alto risco de nulidade do procedimento por escolha de modalidade incompatível;- Critério exclusivo de menor preço pode comprometer a qualidade técnica dos serviços;- Suscetível a apontamentos de órgãos de controle (TCE, MP) e responsabilização de gestores.
<b>3. Contratação Direta/Emergencial(Art.</b>	- Necessidade de comprovação objetiva da situação emergencial, sob pena de ilegalidade;- Validade limitada (até 180 dias), sem garantia de continuidade;- Baixo nível de concorrência e transparência;- Risco elevado de questionamento por

Solução	Riscos de Contratação
75, VIII da Lei 14.133/2021)	controle interno e externo caso a urgência não esteja devidamente demonstrada e fundamentada;- Possível responsabilização do gestor por contratação indevida.

#### 7.4. Estimativa de Tempo Médio para contratação:

Solução de Contratação	Estimativa de Tempo Médio
<b>1. Concorrência Publicitária</b> (Lei nº 12.232/2010)	<b>90 a 150 dias</b> (Inclui elaboração do edital, publicação, fases de julgamento técnico e homologação)
<b>2. Pregão Eletrônico com Registro de Preços</b>	<b>30 a 60 dias</b> (Procedimento ágil, mas inadequado para serviços de publicidade institucional)
<b>3. Contratação Direta/Emergencial</b>	<b>10 a 20 dias</b> (Desde que caracterizada urgência e com fundamentação robusta)

**7.5. Justificativa para a escolha da Solução:** Com base nas análises realizadas e nas soluções possíveis para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda para a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO/MS, optou-se pela **Solução 1: Concorrência Publicitária**, conforme disposto na Lei nº 12.232/2010, por ser a mais adequada e alinhada aos princípios de legalidade, eficiência e transparência que regem a Administração Pública. A seguir, apresentam-se os principais motivos que sustentam a escolha dessa solução.

**7.5.1. Conformidade com a Legislação:** A Concorrência Publicitária é o procedimento licitatório previsto para a contratação de serviços de publicidade e propaganda, conforme a Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas específicas para a contratação de agências de publicidade. Este modelo garante que a escolha da prestadora de serviços seja realizada com base em critérios técnicos e de qualidade, assegurando que a Administração obtenha os melhores resultados possíveis para a divulgação de suas ações e campanhas.

**7.5.2. Seleção Qualificada de Fornecedores:** A Concorrência permite a avaliação técnica detalhada das propostas das agências, considerando não apenas o preço, mas também a capacidade técnica da empresa, a experiência e a qualidade das soluções apresentadas. Isso assegura que a agência contratada tenha as competências necessárias para atender às demandas da Câmara Municipal com excelência, evitando a contratação de fornecedores que não possuam a qualificação necessária para executar serviços publicitários de alto impacto e relevância.

**7.5.3. Segurança Jurídica e Transparência:** Ao seguir os trâmites legais do processo licitatório, a Concorrência Publicitária oferece segurança jurídica tanto para a Administração quanto para os participantes, mitigando riscos de questionamentos ou impugnações por parte de fornecedores ou órgãos de controle. A transparência do processo, com ampla publicidade dos atos, garante que todas as etapas sejam acompanhadas e fiscalizadas adequadamente.

**7.5.4. Alinhamento com as Necessidades do Município:** A Concorrência Publicitária permite a elaboração de um planejamento estratégico mais robusto e alinhado às necessidades de comunicação da Câmara Municipal, com a possibilidade de contratar uma agência que compreenda as especificidades locais e as demandas institucionais. Além disso, a modalidade proporciona flexibilidade para a adaptação de campanhas publicitárias conforme os objetivos do governo municipal.

**7.5.5. Potencial de Inovação e Qualidade:** A análise técnica das propostas permite a seleção de agências que tragam soluções criativas e inovadoras, além de garantir a execução de campanhas publicitárias eficientes e que atendam aos mais altos padrões de qualidade, fundamental para alcançar o público-alvo desejado.

**7.5.6. Estimativa de Prazo:** Embora o processo de Concorrência Publicitária exija um tempo médio mais longo para sua conclusão (estimado entre **90 a 150 dias**), esse prazo é justificável, pois é necessário garantir a escolha de uma agência qualificada e o cumprimento das exigências legais. Esse tempo também permite a fase de planejamento adequado para que as campanhas atendam aos objetivos estratégicos da Câmara Municipal, sem comprometer a qualidade e a efetividade das ações.

**7.5.7. Riscos e Mitigação:** Embora o tempo estimado seja maior do que outras soluções (como o Pregão Eletrônico ou Contratação Emergencial), a Concorrência Publicitária é a única solução que oferece segurança jurídica plena e qualidade garantida, minimizando os riscos de contratações inadequadas ou questionamentos legais. A escolha por esta solução reflete a prioridade em assegurar a conformidade com a legislação, a transparência do processo e a excelência na execução dos serviços de publicidade e propaganda.

**7.6. Conclusão:** Portanto, a escolha pela **Concorrência Publicitária** como solução para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda reflete a busca pela solução mais adequada, legalmente segura e que atenda às necessidades do a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO/MS. A modalidade assegura a realização de um processo seletivo justo, transparente e focado na qualidade da comunicação institucional, além de garantir a melhor utilização dos recursos públicos.

## 8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:

**8.1** Foram utilizados como parâmetros para compor o percentual de desconto e honorários para a prestação de serviços, as contratações assemelhadas por outros órgãos públicos, conforme quadro abaixo:

ITEM N°	ITEM	CM BRASILEIRÃO - CTR 03/2026	CM TRÊS LAGOAS - MS - CTR 07/2019 - AGILITÁ	CM PONTA PORÃ - MS - CTR 02/2024 - COMUNITÁRIO	CM ELDORA DO-MS CTR 013/2023	PM NAVIRAÍ-MS - CTR 276/2021 - ART	PM COSTA RICA-MS - CTR 5408/2024 - OK COMUNICAÇÃO	MÉDIA ARITMÉTICA
1.	Desconto de % sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO);	50,00%	50,00%	50,00%	40,00%	40,00%	40,00%	<b>45,00%</b>
2.	Percentual de %, relativos a honorários pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição	10,00%	10,00%	20,00%	20,00%	10,00%	20,00%	<b>15%</b>

	não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação							
3.	Percentual de %, relativo a honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço	10,00%	20,00%	10,00%	10,00%	5,00%	10,00%	<b>10,83%</b>

**8.1.** Após o levantamento realizado, a estimativa de custos para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda foi baseada exclusivamente nas tabelas fornecidas pelo Sindicato das Agências de Propaganda de MS (SINAPRO/MS), que estabelecem os preços referenciais para serviços publicitários. A seguir, detalham-se os principais pontos considerados para a elaboração da estimativa:

**8.1.2. Consultoria às Tabelas do SINAPRO/MS:** A estimativa de custo foi realizada com base na Tabela de Custos Referenciais para Serviços de Publicidade do Sindicato das Agências de Propaganda de MS (SINAPRO/MS), edição de 2025. Esta tabela apresenta os valores médios praticados no mercado local para serviços de publicidade e propaganda, servindo como referência para o cálculo do orçamento necessário para a contratação.

**8.1.3. Consideração de Serviços Publicitários Diversos:** A tabela do SINAPRO/MS abrange uma variedade de serviços, incluindo produção de peças gráficas e digitais, planejamento e execução de campanhas publicitárias, veiculação em diferentes meios de comunicação (TV, rádio, internet, impressos), entre outros. Todos esses serviços foram levados em conta para compor o valor total estimado da contratação.

**8.1.4. Ajustes de Mercado e Inflação:** Foi considerado o impacto da inflação e os reajustes anuais nos custos dos serviços publicitários. Embora não tenha sido realizada cotação direta com fornecedores, a atualização dos valores na tabela do SINAPRO/MS já reflete a realidade do mercado e os custos atuais para a execução dos serviços.

**8.1.5. Demanda de Serviços:** A estimativa considerou a abrangência e a quantidade de ações publicitárias previstas para a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO/MS. A contratação envolverá a execução de campanhas institucionais, programas públicos e a promoção de projetos municipais ao longo do ano.

**8.1.6. Preço Baseado em Tabela de Custos:** O valor estimado foi calculado a partir dos preços base fornecidos pela tabela do SINAPRO/MS, levando-se em conta os valores de mercado de veículos de comunicação, custos de produção e outras despesas associadas às campanhas publicitárias.

**8.1.7. Valor Estimado da Contratação:** Após análise da tabela do SINAPRO/MS e considerando os serviços necessários para o Município, o valor estimado anual para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda é de **RS 900.000,00 (novecentos mil reais)**. Esse valor cobre todas as campanhas publicitárias planejadas, de acordo com as especificações constantes no edital.

**8.2.** A estimativa foi fundamentada exclusivamente nos preços da tabela do SINAPRO/MS, sem a necessidade de cotações diretas a fornecedores, garantindo um orçamento realista e adequado para a execução das ações publicitárias previstas.

## **9. FORMAS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:**

**9.1.** A Lei Federal nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para o procedimento licitatório para contratação de agência de publicidade, estabelece em seu art. 5º o seguinte:

**9.1.1.** Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas na legislação vigente, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

**9.2.** Nesse sentido, a modalidade a ser escolhida fica adstrita exclusivamente ao valor estimado para a contratação. Contudo, antes de se analisar este ponto, deve-se considerar que, segundo a melhor doutrina e jurisprudência, o serviço de publicidade é considerado serviço de natureza contínua, estando abarcado na possibilidade de prorrogação contratual prevista no art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

**9.3.** Assim, levando em consideração que seja vantajoso à cada época de vencimento do contrato, para o Município prorrogar a contratação almejada pelo prazo previsto na norma acima, temos que considerar então que a previsão do valor para citada contratação seja de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para 12 meses, com possíveis renovações através de aditivos de prazo e valores até 60 meses.

**9.4.** Portanto, para fins da contratação do objeto em tela, em homenagem ao princípio da eficiência e da razoabilidade, entende-se que a escolha da modalidade de licitação deve ser Concorrência, conforme previsto no art. 28, inciso II, combinado com o art. 29 da Lei nº 14.133/2021.

**9.5.** Quanto ao tipo de julgamento, considerando a peculiaridade da prestação de serviço e da contratação, e levando em consideração ainda o disposto no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, sugerimos a adoção do tipo “técnica e preço”, pois entendemos que este tipo alia a capacidade da licitante demonstrada por meio de serviços prestados anteriormente, capacidade de atendimento, equipe de trabalho, etc.; com menor preço, em uma equação lógica e que certamente será escolhida aquela empresa que acompanha todos esses predicados.

### **9.6. DAS PROPOSTAS TÉCNICA:**

**9.6.1.** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes n.ºs 1 e 3, de caráter público conforme dispõe o art. 10, § 1º, da lei n. 12.232/2010.

### **9.7. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

**9.7.1.** A Subcomissão Técnica será constituída por três membros formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma destas áreas, sendo que, no mínimo, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO.

**9.7.2.** A escolha dos membros da Subcomissão Técnica se dará por sorteio, realizado em sessão pública, cuja data, local e hora serão divulgados com anterioridade, pela Comissão de licitação.

**9.7.3.** O sorteio será realizado entre os nomes de uma relação que terá no mínimo o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados e será composta por pelo menos 1/3 de profissionais que não tenham vínculo com o órgão responsável pela licitação, que comporão uma lista que será publicada na imprensa oficial, com prazo mínimo de 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

**9.7.4** A lista a que se refere o subitem **9.7.1.** deverá ter, no mínimo, seis nomes, dos quais 1/3 não podem manter vínculo algum com a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO.

**9.7.5.** Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar o nome de qualquer nome constante da relação publicada.

**9.7.6.** O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO.

## **9.8. CRITERIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**9.8.1** O julgamento compreenderá a análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros da Proposta Técnica das licitantes, conforme as normas de julgamento que são apresentadas a seguir:

a) Para efeitos deste Edital, será desclassificada a Proposta Técnica que não atingir, pelo menos, 80 (oitenta) pontos, equivalentes a 80% (oitenta por cento) da pontuação máxima possível.

b) Para julgamento do critério de qualidade técnica da proposta, a avaliação das propostas técnicas será feita pela subcomissão técnica, especialmente constituída para esse fim, no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da data da abertura dos invólucros contendo a Proposta Técnica, nos termos do artigo 10 da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

c) A falta de qualquer dos documentos exigidos para a Proposta Técnica ou sua apresentação em desacordo com o presente Edital, implicará na desclassificação da proposta.

d) Na apreciação das Propostas Técnicas, será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

**9.8.1.1.** Raciocínio básico – máximo de 10 (dez) pontos, relativos a:

a) Conhecimento das características gerais do cliente;

b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;

c) Adequada compreensão da linha de atuação específica do cliente, da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Contratante (no caso, a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO. – MS com seus públicos);

d) Adequada compreensão dos desafios de comunicação da a Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO. – MS no atual momento e no futuro próximo.

**9.8.1.2.** Estratégia de comunicação publicitária - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:

- a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;
- b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;
- c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Municipal com seus públicos.

**9.8.1.3.** Ideia criativa - máximo de 20 (vinte) pontos, relativos a:

- a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inscrição na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

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

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO. - MS.

**9.8.2.** Conjunto de Informações (máximo de 40 - quarenta - pontos no total)

**9.8.2.1.** Capacidade de Atendimento (máximo de 20 - vinte - pontos), relativos a:

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência, considerando a formação profissional e experiência na área; máximo de 05 (cinco) pontos;

b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos trabalhos; máximo de 05 (cinco) pontos;

c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação de processos e prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalização do relacionamento com a Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO. - MS e a licitante, esquematizado na Proposta; máximo de 05 (cinco) pontos;

d) Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital; máximo de 05 (cinco) pontos.

**9.8.1.2.** Repertório (máximo de 20 - vinte - pontos no total), relativos a:

a) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de cases e peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, ideia criativa e sua pertinência, clareza da exposição, qualidade de execução e acabamento; máximo de 20(vinte) pontos.

**9.8.3.** A Nota da Proposta Técnica (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 8.11.

**9.9.** PARA A FORMULAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (CAMPANHA SIMULADA), A LICITANTE DEVERÁ CONSIDERAR O SEGUINTE:

#### **9.9.1. BRIEFING**

##### **9.9.1.1. DADOS GERAIS:**

A) A População Total do Município é de **29.826 habitantes**, de acordo com a estimativa do **IBGE 2025**.

B) O município de Aparecida do Taboado está situado na região Centro-Oeste do Brasil, no estado de Mato Grosso do Sul. Localiza-se na latitude **20°05'12" Sul** e longitude **51°05'37" Oeste**.

##### **Distâncias aproximadas:**

- 442km da capital estadual (**Campo Grande/MS**);
- 745 km da capital federal (**Brasília/DF**).

##### **9.9.1.2. HISTÓRIA DO MUNICÍPIO:**

A **Cidade APARECIDA DO TABOADO** é uma cidade marcada pela força do trabalho, pela fé e pelo espírito desbravador de seu povo. Localizada na região Centro-Oeste do Brasil, a leste de Mato Grosso do Sul, na microrregião de Paranaíba, o município ocupa posição estratégica na divisa entre Mato Grosso do Sul, São Paulo e Minas Gerais, situando-se na região de formação do Rio Paraná pelos rios Grande e Paranaíba.

A ocupação da região teve início entre 1830 e 1838, com a chegada de famílias vindas de São Paulo e Minas Gerais. O primeiro núcleo foi o Porto Taboado, às margens do Rio Paraná, seguido pela formação do povoado de Lagoa Suja, origem da atual cidade. Elevado a distrito em 1926, o município foi criado pela Lei nº 130, em 28 de setembro de 1948, data em que se comemora seu aniversário, sendo instalado oficialmente em 15 de janeiro de 1949.

Com a divisão do estado em 1977, passou a integrar Mato Grosso do Sul. Em 1998, a inauguração da ponte rodoferroviária sobre o Rio Paraná fortaleceu a ligação com o estado de São Paulo e impulsionou o desenvolvimento regional.

Conhecida como “Terra dos 60 Dias Apaixonado”, em referência à música eternizada por Chitãozinho & Xororó, e como “Princesinha de Mato Grosso do Sul”, Aparecida do Taboado também se destaca pela tradicional Festa do Peão de Boiadeiro, realizada desde 1969, e pela forte religiosidade representada pelo Santuário Diocesano Nossa Senhora Aparecida.

Hoje, o município segue em constante desenvolvimento, preservando sua história, suas tradições e sua identidade cultural.

### 9.9.1.3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

A Administração Municipal pretende que a comunicação institucional repercuta e consolide as marcas que a atual gestão tem implementado: a da **participação plena da cidadania**, por meio da mobilização dos diversos segmentos da sociedade, e a da **transparência nas ações administrativas**.

A publicidade é um **princípio constitucional da Administração Pública**, sendo legítima a comunicação das ações do Poder Público desde que tenham caráter **informativo, educativo ou de orientação social**. É também inquestionável o interesse público nessas ações, uma vez que são provenientes de recursos arrecadados com impostos e tributos. Todo cidadão tem direito de saber como e onde estão sendo aplicadas as verbas públicas.

### 9.9.1.4. CAMPANHA SIMULADA:

Problema a Ser Resolvido:

A agência licitante deverá desenvolver uma campanha de conscientização para estimular a participação da população nas Sessões Ordinárias, Extraordinárias e Audiências Públicas realizadas pela Câmara Municipal, além de participação ou acesso ao conteúdo dos objetos das reuniões das Comissões Permanentes.

As Sessões Ordinárias da Casa de Leis do Município ocorrem semanalmente toda segunda-feira, a partir das 08h00 horas (MS), entretanto, embora haja divulgação via página Facebook, Instagram e YouTube, a ausência dos munícipes afasta o real entendimento público das funções, direitos e deveres dos vereadores e também dos cidadãos do município de Aparecida do Taboado/MS.

Por este motivo, é preciso estimular a participação e a presença da comunidade local nas sessões da Câmara Municipal e divulgar os trabalhos realizados pelo Legislativo. Faz-se necessário promover ações, em mídia local, que divulguem a importância da participação dos munícipes nas atividades do Legislativo, de modo que todos tenham interesse em participar.

Público – Alvo: População de Aparecida do Taboado /MS.

Período de Veiculação: 15 (Quinze) dias (01/04/2026 a 15/04/2026).

Praça de Veiculação: Somente serão considerados os valores das tabelas cheias dos veículos de comunicação do Município de Aparecida do Taboado /MS e região.

Verba a Ser Utilizada (simulada) para Produção Externa e Veiculação: R\$ 75.000,00 (Setenta e cinco mil reais) atendendo o item Ideia Criativa do Plano de Comunicação Publicitária do Edital.

Assinatura da Campanha: a campanha deverá ser assinada com a logomarca da Câmara Municipal de Aparecida do Taboado. A logomarca deverá ser solicitada pela licitante.

Apresentar somente as peças da Ideia Criativa. A campanha simulada do Plano de Comunicação Publicitária, deverá conter somente as 4 (quatro) peças publicitárias a serem apresentadas, mediante apresentação de apenas uma peça para cada meio de comunicação (Ideia Criativa):

- a) TV: storyboard;
- b) Jornal: layout;
- c) Rádio: spot ou jingle – roteiro;
- d) Banner: para internet.

#### **9.10. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO:**

**9.10.1.** As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

**9.10.2.** A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de menor preço, considerando um máximo de 130 (cento e trinta) pontos.

**9.10.3.** Até 90 (noventa) pontos para a agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (dois pontos para cada 1% – um por cento – de desconto e limitado a 45% - quarenta e cinco por cento – do valor da tabela).

**9.10.4.** Até 40 (quarenta) pontos para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 das **Normas-Padrão** (oito pontos para cada 1% de desconto sobre os 15% originais, até o limite de 5% de desconto).

**9.10.5.** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseados em ofertas de outras empresas licitantes.

**9.10.6.** A avaliação da Proposta de Preços será fixada em será pelo máximo de 130 (cento e trinta) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

A – Desconto sobre os custos internos da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul. Até 90 (noventa) pontos

A.1 Critério de desconto de 0 (zero) a 45 (quarenta)%, equivalendo 2 (dois) ponto a cada 1% de desconto.

Ex: 0% = zero pontos; 10% = 20 (vinte) pontos; 20% = 40 (quarenta) pontos, e assim sucessivamente até 45% = 90 (noventa) pontos.

B – Honorários por serviços de terceiros (Até 40 - quarenta - pontos)

B.1. Remuneração entre 10% a 15% (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos).

Honorários a serem aplicados	Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
15%	Zero ponto	Zero
14%	1 ponto	Oito
13%	2 pontos	Dezesseis
12%	3 pontos	Vinte e quatro
11%	4 pontos	Trinta e dois
10%	5 pontos	Quarenta

**9.10.7.** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo sido julgados os recursos porventura interpostos, ou havendo desistência dos mesmos, a comissão de licitação elaborará relatório e parecer conclusivo, com o resultado da licitação e os encaminhará para homologação do resultado do julgamento e adjudicação do objeto à empresa licitante vencedora.

**9.10.8.** A Nota da Proposta de Preços (total de pontuação auferida) servirá para o cálculo da nota final de acordo com o item 9.11.

**9.10.9.** Serão desclassificadas as propostas que:

- Não atenderem às disposições contidas neste edital;
- Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
- Apresentarem percentual de desconto superior a 45% (quarenta e cinco por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS);
- Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

## 9.11. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA NOTA FINAL

**9.11.1.** O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito mediante aplicação da seguinte fórmula,  $NF = (NPT*5 + NP*5)/10$ , onde: NF = Nota Final NPT = Nota da Proposta Técnica NP = Nota da Proposta de Preço:

$$NF = \frac{(NPT*5 + NP*5)}{10}$$

onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

## 10. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO<sup>8</sup>:

**10.1.** Diante das opções disponíveis, esta equipe entende que a Solução (7.1.1.) é a que melhor atende às demandas da Administração.

**10.2.** Considerando a natureza dos serviços de publicidade e propaganda, o objeto da presente contratação enquadra-se como **serviço comum especializado de natureza intelectual**, devendo ser executado por **empreitada por preço global**, conforme definição da Lei nº 14.133/2021.

**10.2.1.** A contratação será realizada por meio de **Concorrência**, com critério de julgamento baseado na **melhor combinação de técnica e preço**, observando os preceitos estabelecidos pela **Lei nº 12.232/2010**, que disciplina as contratações de serviços de publicidade por órgãos públicos.

**10.2.2.** Ressalta-se que a prestação dos serviços **não gera vínculo empregatício** entre os empregados da contratada e a Administração Pública, sendo vedada qualquer relação de subordinação direta ou pessoalidade entre os profissionais da agência e os órgãos contratantes.

**10.2.3.** O regime de execução por empreitada global assegura a **responsabilidade única e integral da agência de publicidade** sobre todas as etapas do processo de comunicação institucional, garantindo a integração entre planejamento, criação, produção e veiculação das campanhas.

## 11. MODALIDADE DE LICITAÇÃO, O CRITÉRIO DE JULGAMENTO E O MODO DE DISPUTA<sup>9</sup>:

**11.1.** Forma de seleção e critério de julgamento da proposta:

**11.1.1. MODALIDADE:** Concorrência Presencial (inciso II, art. 28, Lei 14.133/2021).

**11.1.2. CRITÉRIO DE JULGAMENTO:** Técnica e Preço (inciso IV, art. 33, Lei 14.133/2021).

**11.1.3. MODO DE DISPUTA:** Fechado (inciso II, art. 56, Lei 14.133/2021)

## 12. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS<sup>10</sup>:

**12.1.** A contratação de agência de publicidade e propaganda tem como objetivo estratégico fortalecer a comunicação institucional da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO/MS, promovendo maior eficiência na divulgação de ações governamentais e no relacionamento com a população. Os principais resultados esperados com a contratação são:

**12.1.1. Ampliação do Alcance das Ações de Comunicação Pública:** Espera-se que, por meio de campanhas bem planejadas e executadas, o Município consiga atingir um público mais amplo, garantindo que informações de utilidade pública, programas, serviços e políticas governamentais sejam de conhecimento geral da população.

<sup>8</sup> § 1º, inciso VII, art. 18, Lei 14.133/2021 – descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso;

<sup>9</sup> § 1º, inciso VIII, art. 18, Lei 14.133/2021 – justificativas para o parcelamento ou não da contratação;

<sup>10</sup> § 1º, inciso IX, art. 18, Lei 14.133/2021 – demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis;

**12.1.2. Melhoria na Qualidade da Comunicação Institucional:** Com a atuação de uma agência especializada, os materiais publicitários e institucionais apresentarão maior qualidade técnica e estética, com padronização visual e coerência nas mensagens transmitidas, fortalecendo a imagem institucional do Município.

**12.1.3. Efetividade nas Campanhas de Conscientização e Utilidade Pública:** As campanhas educativas e informativas (saúde, educação, meio ambiente, tributos, etc.) tendem a alcançar melhores resultados de adesão e compreensão por parte da população quando veiculadas de forma estratégica e com linguagem adequada ao público-alvo.

**12.1.4. Fortalecimento da Transparência e Prestação de Contas:** A publicidade institucional também tem por finalidade dar visibilidade às ações do poder público, promovendo transparência e possibilitando que o cidadão acompanhe a aplicação dos recursos públicos, o que contribui para o controle social.

**12.1.5. Integração Multicanal e Modernização dos Meios de Divulgação:** Espera-se diversificar e modernizar os canais de comunicação utilizados, explorando não apenas os meios tradicionais (rádio, jornal, TV), mas também mídias digitais (redes sociais, sites, aplicativos), promovendo maior interação com a sociedade.

**12.1.6. Fortalecimento da Identidade Visual da Administração Pública Municipal:** A agência contratada deverá desenvolver e padronizar peças gráficas e audiovisuais que reforcem a identidade da atual gestão, assegurando coesão nas mensagens e maior reconhecimento por parte da população.

**12.1.7. Acompanhamento de Resultados e Avaliação de Desempenho:** Com o apoio da agência, o Município terá acesso a relatórios e métricas de desempenho das campanhas, possibilitando avaliar o alcance, a efetividade e o impacto das ações realizadas, aprimorando continuamente as estratégias de comunicação.

### **13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO<sup>11</sup>:**

**13.1. Elaboração do Termo de Referência:**

- a) Especificar claramente os serviços desejados;
- b) Definir critérios objetivos de julgamento;
- c) Indicar formas de mensuração e avaliação dos resultados;
- d) Estabelecer cronograma de execução e pagamento.

**13.2. Verificação de Recursos Orçamentários**

- a) Confirmar a existência de dotação orçamentária adequada para suportar os custos da contratação;
- b) Emitir a devida reserva orçamentária.

**13.3. Aprovação Jurídica e Técnica**

- a) Submeter o processo à análise da assessoria jurídica;
- b) Validar tecnicamente o projeto básico com a equipe de comunicação do Município.

**13.4. Constituição da Comissão Especial de Licitação (se aplicável)**

- a) No caso de concorrência pública, poderá ser conduzido por agente de contratação e equipe de apoio ou formar comissão de contratação com servidores qualificado – Art. 8º, parágrafo 2º;
- b) Garantir a imparcialidade e legalidade do certame.

<sup>11</sup> § 1º, inciso X, art. 18, Lei 14.133/2021 – providências a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual;

**13.5. Publicação e Condução do Processo Licitatório**

- a) Elaborar e divulgar o edital conforme exigências da Lei nº 14.133/2021;
- b) Dar publicidade aos atos em meio oficial;
- c) Garantir prazo adequado para apresentação de propostas.

**13.6. Fiscalização e Gestão Contratual**

- a) Designar formalmente fiscais e gestores do contrato;
- b) Elaborar plano de fiscalização com critérios de medição, avaliação e acompanhamento da execução contratual.

**13.7. Estabelecimento de Indicadores de Desempenho**

- a) Prever mecanismos de avaliação da efetividade das campanhas;
- b) Estabelecer relatórios periódicos de entrega e desempenho.

**13.8. Previsão de Cláusulas de Responsabilidade**

- a) Garantir cobertura legal para penalidades em caso de descumprimento;
- b) Assegurar cláusulas de responsabilidade civil, ética e técnica da agência contratada.

**13.9. Arquivamento e Transparência**

- a) Manter cópia de todo o processo de contratação para fins de controle interno e externo;
- b) Atender às exigências de publicidade e transparência pública.

**14. JUSTIFICATIVA DO PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO<sup>12</sup>:**

**14.1.** Nos termos do artigo 40, da Lei Federal nº 14.133/2021, a Administração Pública deve, sempre que possível, promover o parcelamento do objeto da contratação, com vistas a ampliar a competitividade, viabilizar a participação de empresas de diferentes portes e assegurar a economicidade.

**14.2.** Contudo, após análise técnica realizada pela equipe de planejamento, concluiu-se que o parcelamento do objeto não é viável nem recomendável para a presente contratação, tendo em vista as características e a natureza dos serviços de publicidade e propaganda.

**14.3.** Os serviços objeto da contratação envolvem um conjunto de atividades interdependentes, que exigem planejamento integrado, execução coordenada e acompanhamento unificado, não sendo possível sua divisão em lotes ou etapas autônomas sem prejuízo à eficiência, à unidade da comunicação institucional e ao atendimento das finalidades públicas envolvidas.

**14.4.** Além disso, a Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade por órgãos da Administração Pública, prevê expressamente a contratação de agência de propaganda mediante processo de licitação com julgamento por técnica e preço, de forma unificada e indivisível, sendo incompatível a divisão do objeto para atendimento por múltiplos fornecedores.

**14.5.** O parcelamento, neste caso, comprometeria a unidade de concepção e execução das campanhas, além de dificultar o acompanhamento, a mensuração de resultados e o controle da execução contratual por parte da Administração.

**14.6.** Diante do exposto, fica tecnicamente e legalmente justificado o não parcelamento do objeto, optando-se pela contratação global dos serviços de publicidade e propaganda, de forma a assegurar a economicidade, a qualidade técnica, a eficiência operacional e o atendimento aos princípios legais aplicáveis.

<sup>12</sup> § 1º, inciso XI, art. 18, Lei 14.133/2021 – contratações correlatas e/ou interdependentes;

**15. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES<sup>13</sup>:**

**15.1.** No momento não existem contratações semelhantes exercidas por este município, nem contratações que dependam deste objeto para sua execução.

**16. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS<sup>14</sup>:**

**16.1.** A contratação proposta não apresenta riscos de impactos ambientais, além daqueles já estudados, fiscalizados e gerenciados por órgãos e entidades afeitos à matéria, e desde que atendidas as exigências, regras e orientações contidas no Edital e seus anexos.

**17. JUSTIFICATIVA DA ADOÇÃO DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL<sup>15</sup>:**

**17.1. JUSTIFICA** a adoção da modalidade de Concorrência Presencial em detrimento ao Concorrência Eletrônico:

**17.2.** A realização do presente certame na forma presencial, em vez do formato eletrônico, justifica-se pelas características específicas do objeto da contratação, que consiste na prestação de serviços de publicidade e propaganda por intermédio de Agência de Propaganda. Tais serviços abrangem um conjunto de atividades executadas de maneira integrada, envolvendo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias junto a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de promover serviços de interesse público, difundir ideias e manter a população informada.

**17.3.** Em razão da complexidade e da natureza eminentemente técnica dos serviços a serem contratados, faz-se necessária a adoção de procedimentos que possibilitem a análise criteriosa das propostas técnicas, bem como assegurem o adequado resguardo do sigilo e da integridade dessas informações, condições que nem sempre são plenamente garantidas pelas plataformas eletrônicas atualmente disponíveis.

**17.4.** Além disso, a presente licitação adotará o critério de julgamento por **técnica e preço**, modalidade que não contempla **fase de lances**, mas sim a **avaliação detalhada e pontuada dos aspectos técnicos e das propostas econômicas**, razão pela qual sua condução não se mostra compatível com o formato eletrônico tradicional.

**17.5.** Nesse contexto, com fundamento no §2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021, que admite a realização de licitações na forma presencial quando devidamente motivada, especialmente em razão da complexidade do objeto ou da inviabilidade de sua condução por meios eletrônicos, justifica-se a adoção da modalidade presencial para o presente certame, em observância aos princípios da legalidade, eficiência, isonomia e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública. Vejamos:

Art. 17. O processo de licitação observará as seguintes fases, em sequência:

I - Preparatória;

II - de divulgação do edital de licitação;

III - de apresentação de propostas e lances, quando for o caso;

IV - de julgamento;

<sup>13</sup> § 1º, inciso XI, art. 18, Lei 14.133/2021 – contratações correlatas e/ou interdependentes;

<sup>14</sup> § 1º, inciso XII, art. 18, Lei 14.133/2021 – descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável;

<sup>15</sup> § 2º, art. 17, Lei 14.133/2021 – as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo as sessões públicas ser registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo;

V - de habilitação;

VI - recursal;

VII - de homologação.

§ 1º A fase referida no inciso V do **caput** deste artigo poderá, mediante ato motivado com explicitação dos benefícios decorrentes, anteceder as fases referidas nos incisos III e IV do **caput** deste artigo, desde que expressamente previsto no edital de licitação.

§ 2º **As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo. (grife-se nosso)**

17.6. Diante desses elementos, e em consonância com o dispositivo legal acima transcrito, restam plenamente atendidos os requisitos legais para **justificação da realização presencial**, sendo esta a **forma mais adequada** à natureza da contratação pretendida.

17.7. Destaca-se ainda que, em atendimento à exigência legal, a **sessão pública deverá ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo**, conforme preceitua o §2º do art. 17.

## 18. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO<sup>16</sup> (inciso XIII, art. 18, Lei 14.133/2021):


18.1. Justificativa da Viabilidade:

18.1.1. Conforme fundamentações técnicas, legais e orçamentárias anteriormente expostas, este Departamento declara que a contratação de serviços especializados de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, abrangendo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias junto aos veículos de comunicação e meios de divulgação, está alinhada com os objetivos institucionais da Câmara Municipal de APARECIDA DO TABOADO-MS, especialmente no que se refere à transparência das ações administrativas, prestação de contas à população e fortalecimento da comunicação pública.

18.1.2. A contratação atende à demanda dos órgãos desta Administração Municipal e está em conformidade com as diretrizes da legislação vigente, notadamente a **Lei nº 14.133/2021** (Nova Lei de Licitações e Contratos) e a **Lei nº 12.232/2010**, que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações de serviços de publicidade realizados pelos órgãos da administração pública, observando os princípios da legalidade, economicidade, eficiência, publicidade e interesse público.

## 19. DA RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA:

19.1. Por fim, registra-se que o presente ETP foi elaborado pelos servidores abaixo, os quais ratificam as informações nele contidas atestando sua veracidade, estando em consonância com as disposições legais e normativas aplicáveis, sendo submetido à consideração e aprovação pelo Ordenador de Despesas, visando a instauração de processo licitatório.

  
**VALÉRIA APARECIDA BLINI**  
**CHEFE DE NÚCLEO DE SERVIÇOS GERAIS**

<sup>16</sup> § 1º, inciso XIII, art. 18, Lei 14.133/2021 – posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina.

**20. DA AUTORIZAÇÃO:**

20.1. Aprovo o presente Estudo Técnico Preliminar e autorizo a formulação do Termo de Referência.

Aparecida do Taboado-MS, 05 de março de 2026

  
**HEBERSON GALTER CUSTÓDIO**  
**VEREADOR – PRESIDENTE**