



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP

DADOS GERAIS

Requisitante:	SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
Vinculado ao DFD:	141/2026

ESTUDO TÉCNICO

1. Descrição da necessidade:

A presente contratação tem por finalidade atender à necessidade contínua de comunicação institucional e publicidade legal dos órgãos participantes, compreendendo a Administração Municipal de Balneário Rincão/SC, o Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto – SAMAE, o Fundo Municipal de Saúde – FMS e a Câmara Municipal, visando garantir ampla divulgação das ações governamentais, campanhas educativas, atos oficiais, programas institucionais e informações de interesse público à população.

A necessidade decorre da obrigação da Administração Pública de assegurar transparência, publicidade e acesso à informação, em conformidade com os princípios constitucionais da publicidade, eficiência e interesse público, previstos no art. 37 da Constituição Federal, bem como da necessidade de promover comunicação clara, eficiente e acessível com os cidadãos.

Os órgãos participantes possuem demandas permanentes relacionadas ao planejamento, criação, produção e divulgação de campanhas institucionais e educativas, incluindo materiais gráficos, digitais, audiovisuais, radiofônicos e demais peças publicitárias destinadas à orientação da população, conscientização social e divulgação de serviços públicos.

Dentre as principais necessidades identificadas, destacam-se:

- divulgação de campanhas de saúde pública, vacinação, prevenção e conscientização;
- comunicação de utilidade pública;
- divulgação de programas, ações e serviços municipais;
- publicidade institucional e educativa;
- divulgação de atos oficiais, audiências públicas e eventos institucionais;
- campanhas de educação ambiental, trânsito, cidadania e arrecadação;
- produção de materiais informativos e institucionais;
- planejamento e gestão de mídia;
- monitoramento e avaliação de resultados das campanhas realizadas.

A contratação se faz necessária em razão de a estrutura administrativa dos órgãos participantes não possuir equipe técnica especializada e suficiente para desenvolver integralmente serviços publicitários de natureza técnica e estratégica, os quais exigem conhecimento específico nas áreas de comunicação, publicidade, marketing institucional, criação, produção audiovisual, mídia e pesquisa.

Além disso, os serviços pretendidos demandam atuação integrada, contínua e profissional, visando assegurar padronização da comunicação institucional, fortalecimento da imagem pública dos órgãos participantes, ampliação do alcance das informações e maior efetividade das campanhas promovidas pelo Poder Público.

Ressalta-se, ainda, que a contratação observará integralmente as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, específica para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, em razão da natureza técnica especializada dos serviços.

Importante destacar que, embora a Câmara Municipal possua autonomia administrativa e não haja obrigação legal do Município em realizar seus procedimentos licitatórios, houve solicitação de apoio técnico e administrativo ao Poder Executivo para condução desta contratação, considerando a elevada complexidade do certame, especialmente pela necessidade de constituição de subcomissão técnica especializada e observância de rito específico previsto na legislação aplicável.

Dessa forma, a contratação pretendida visa garantir suporte técnico especializado para execução das ações de comunicação pública dos órgãos participantes, assegurando eficiência, transparência, legalidade e efetividade na divulgação das informações e ações institucionais à população.

2. Levantamento do mercado (alternativas):

O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do Município de Balneário Rincão, sendo a publicidade uma das ferramentas de Comunicação Social, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração Municipal, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Município.

Para a contratação pretendida foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades do Município de Balneário Rincão.

Por fim, no âmbito da presente contratação, a cotação dos preços praticados por empresas do mercado segue o que determina a tabela SINAPRO – Santa Catarina, sobre valores referenciais de serviços.

Os critérios gerais seguem as normas editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os Decretos nº 57.690 de 1º/02/1966 e nº 2.262 de 26/06/1997.

3. Descrição da solução adotada:

O objeto de contrato de serviços de publicidade está disciplinado pela Lei nº 12.232/2010 e encontra-se claramente definido no seu art. 2º. A solução a ser contratada atende plenamente às necessidades do Município de Balneário Rincão, sendo a publicidade uma das ferramentas de Comunicação Social, disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal.

A solução adotada foi a mais apropriada para o caso, sendo a única opção viável dentro da legislação vigente para essa área. O serviço não pode ser executado pelos profissionais da Prefeitura, pois eles não possuem a experiência nem o conhecimento especializado necessário para realizar a ampla gama de atividades que a agência está capacitada a desempenhar em sua área de atuação.

4. Requisitos indispensáveis da contratação:

4.1. Comissões de Julgamento

De acordo com a Lei nº 12.232/2010, os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo da:

Comissão de Contratação, que deverá ser nomeada pela autoridade máxima do Município, para atender o art. 10 da Lei nº 12.232/2010 em concordância com o inciso L do art. 6º da Lei nº 14.133/2023.2021

Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

Devem ser adotadas providências para o cadastramento de 09 (nove) nomes a serem submetidos a sorteio dos membros da Subcomissão Técnica, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

4.2. Da Habilitação das Licitantes

Para participarem no certame as agências de propaganda licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira, nos termos previstos nos dispositivos legais e normativos atinentes à matéria.

Desse modo, os documentos de habilitação técnica a serem apresentados pelas licitantes são os relacionados a seguir:

a) Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda - ABAP - ou no sindicato da classe no Estado ou cidade sede da licitante ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado;

Obs: A exigência de registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP, no sindicato da classe da sede da licitante ou, na inexistência deste, declaração expedida pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, justifica-se pela necessidade de comprovação de atuação regular da empresa no segmento especializado de publicidade e propaganda, assegurando que a futura

contratada possua representatividade e enquadramento compatíveis com as atividades objeto da contratação.

Tal exigência não possui caráter restritivo ou limitador da competitividade, mas visa conferir maior segurança à Administração quanto à qualificação técnica e à regularidade profissional da licitante no mercado publicitário, especialmente em razão da natureza intelectual e técnica dos serviços a serem executados.

Destaca-se que a exigência admite alternativas equivalentes, permitindo o atendimento por meio de registro em entidade de classe competente ou declaração da FENAPRO quando inexistente sindicato representativo no Estado da sede da licitante, ampliando a competitividade e observando os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade.

Ademais, a exigência encontra respaldo na necessidade de assegurar a adequada execução contratual, considerando as peculiaridades dos serviços de publicidade, que demandam conhecimento técnico especializado, estrutura organizacional compatível e atuação regular no setor.

b) Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, ou entidade equivalente nos termos do art. 4º, § 1º da Lei Federal 12.232/2010;

c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da licitação, mediante apresentação de atestado(s) que tenha(m) sido ou esteja(m) sendo atendido(s) pela licitante;

d) Comprovação de que o licitante possui ou possuirá, na data da execução contratual, profissional de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65.

A comprovação poderá ser realizada mediante:

I – Apresentação de cópia da carteira profissional, ficha cadastral do profissional na empresa e diploma de graduação; ou

II – Declaração de contratação futura do profissional, acompanhada de declaração de anuência do mesmo, comprometendo-se a integrar a equipe técnica da licitante em caso de contratação.

d.1) A comprovação do vínculo poderá também ser feita mediante apresentação de contrato social, no caso de sócio, administrador ou diretor, ou por ficha de empregado acompanhado da Carteira de Trabalho, no caso de funcionário, ou ainda, mediante qualquer meio de prova que demonstre o vínculo do profissional com a empresa concorrente;

4.3. Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica

No âmbito de uma licitação do tipo "**melhor técnica**", como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as propostas técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

De acordo com o artigo 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do **Plano de Comunicação Publicitária** será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da proposta técnica.

A proposta técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing e de um conjunto de informações referentes ao proponente. Esse conjunto de informações será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

A licitante deverá elaborar sua proposta técnica estruturada de acordo com os quesitos e sub quesitos a seguir:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico, apresentando o entendimento da empresa licitante quanto às necessidades de comunicação do Município de Balneário Rincão, demonstrando-o através de seu raciocínio e compreensão aplicados à análise de campanha modelo solicitada no briefing;

b) Estratégia de Comunicação Publicitária, expondo o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação para a campanha modelo definida no briefing;

c) Ideia Criativa, apresentando síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob forma de roteiros e textos, para a campanha modelo definida no briefing;

d) Estratégia de Mídia, com indicação sintética das peças e dos veículos a serem utilizados, com plano simulado de distribuição de verba publicitária nos diversos meios de

comunicação que a licitante definir em sua proposta, para a campanha modelo definida no briefing.

REPERTÓRIO E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS E COMUNICAÇÃO

- a) Repertório**, sob a forma de texto, que indique o desempenho da licitante na prestação de serviços a outros clientes do setor público e/ou privado;
- b) Relatos de solução de problema de comunicação**, com apresentação de relatos, sob forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, referendados formalmente pelos respectivos clientes. Os relatos visam embasar a avaliação no que concerne à resolução satisfatória de problemas apresentados.

A metodologia de julgamento das propostas técnicas, que determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentam as pontuações, se adequa com as regras da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010 (art. 11, §4º, inciso IV e VI), fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle e pelas empresas concorrentes do certame.

A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de **120 (cento e vinte) pontos** e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: 100 (cem) pontos, divididos da seguinte forma:

- a) Raciocínio Básico:** 30 (trinta) pontos;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária:** 20 (vinte) pontos;
- c) Ideia Criativa:** 25 (vinte e cinco) pontos;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia:** 25 (vinte e cinco) pontos.

REPERTÓRIO E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS E COMUNICAÇÃO

- a) Repertório:** 10 (dez) pontos;
- b) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** 10 (dez) pontos.

O detalhamento sobre a apresentação e julgamento da proposta técnica será apresentado no Termo de Referência.

4.4 Apresentação e Julgamento da Proposta de Preços

A remuneração da contratada refere-se aos valores fixados na "Tabela do SINAPRO", aplicados os descontos previamente definidos:

- A)** A contratada concederá, sobre os valores fixados na "Tabela do SINAPRO" - Sindicato das Agências de Propaganda de Santa Catarina - vigente à data da prestação dos serviços, referente aos custos internos, previamente autorizados, sobre os trabalhos realizados por ela própria e por terceiros sob sua responsabilidade, necessário a complementação das peças de divulgação, **o desconto de 30% (trinta por cento)**;
- B)** A contratada receberá remuneração de **15% (quinze por cento)** incidentes sobre os custos de produção realizada por terceiros, sob sua supervisão, e decorrentes de estudo ou de criação intelectual desenvolvidos pela agência contratada;
- C)** A contratada receberá, ainda, remuneração de **10% (dez por cento)** incidentes sobre os custos de produção realizada por terceiros, sob sua supervisão, quando a responsabilidade desta se limitar exclusivamente à contratação ou ao pagamento;
- D)** O desconto da agência corresponderá a **20% (vinte por cento)** sobre os custos de veiculação, permitida a negociação de preços por parte do Município de Balneário Rincão diretamente com o veículo a ser utilizado pela licitante;
- E)** Não serão cobrados honorários de serviços de ajustamento de campanhas apresentadas para aprovação que necessitem de ajustes por constarem erros de responsabilidade da agência, ou discrepância com o briefing.

5. Estimativa das quantidades a serem contratadas:

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

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, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de publicidade e propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece a modalidade de licitação para contratação de serviços de publicidade, bem como define os tipos de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante.

Dessa forma, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021, não sendo, porém, exigido um "orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários", conforme disposto no inciso II do seu §2º, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

A presente contratação também não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, tendo em vista que, de acordo com o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências

6. Estimativa do valor da contratação:

A base utilizada para a definição do valor estimado da presente contratação corresponde ao contrato celebrado no exercício de 2021, cujo valor inicial estimado foi de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). Nos exercícios subsequentes, em razão do aumento das demandas institucionais e da necessidade de ampliação das ações de comunicação e publicidade, houve acréscimo contratual de 25% sobre o valor originalmente contratado, alcançando o montante de R\$ 1.250.000,00 (um milhão duzentos e cinquenta mil reais).

Considerando o crescimento contínuo das ações desenvolvidas pelas Secretarias Municipais, o aumento da necessidade de divulgação de campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública, bem como a ampliação dos meios e canais de comunicação utilizados pela Administração Pública, estima-se para a nova contratação o valor de R\$ 1.750.000,00 (um milhão setecentos e cinquenta mil reais) para atendimento das demandas do Poder Executivo Municipal.

Além disso, considerando a participação da Câmara Municipal no presente procedimento, estima-se o valor de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) para atendimento das demandas do Poder Legislativo, totalizando o valor estimado global da contratação em R\$ **2.100.000,00 (dois milhões e cem mil reais)**.

7. Parcelamento ou não da solução (forma de julgamento):

O parcelamento do serviço objeto deste Estudo Técnico Preliminar não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que o planejamento e execução permanecem a cargo do mesmo fornecedor.

Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

8. Contratações correlatas e/ou interdependentes:

Não foram identificadas outras contratações correlatas e interdependentes na demanda objeto deste estudo técnico.

9. Alinhamento com o PCA – Plano de Contratações Anual:

A presente contratação encontra-se devidamente prevista no Plano de Contratações Anual – PCA do Município de Balneário Rincão/SC, contemplando as demandas da Administração Municipal, do Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto – SAMAE e do Fundo Municipal de Saúde – FMS, em conformidade com o planejamento institucional e orçamentário dos órgãos participantes.

Quanto à participação da Câmara Municipal, registra-se que, até o presente momento, o Poder Legislativo Municipal ainda não instituiu formalmente o seu Plano de Contratações Anual – PCA. Contudo, considerando a necessidade administrativa existente e a solicitação de apoio técnico ao Município para condução do procedimento licitatório, a demanda do Legislativo foi incorporada ao presente processo, visando garantir a continuidade e a eficiência das ações de comunicação institucional e publicidade legal daquele órgão.

10. Resultados pretendidos:

Com a presente contratação, pretende-se garantir maior eficiência, qualidade e alcance na comunicação institucional dos órgãos participantes, assegurando que as informações de interesse público sejam divulgadas de forma clara, acessível, transparente e eficaz à população.

Busca-se, por meio da contratação de agência especializada, o planejamento e execução estratégica das ações de publicidade institucional, educativa e informativa, possibilitando maior efetividade das campanhas promovidas pela Administração Pública,

especialmente nas áreas de saúde, educação, infraestrutura, meio ambiente, assistência social, saneamento e serviços públicos em geral.

Dentre os principais resultados pretendidos, destacam-se:

- fortalecimento da transparência pública e do acesso à informação;
- ampliação do alcance das campanhas institucionais e educativas;
- melhoria da comunicação entre Administração Pública e cidadãos;
- aumento da efetividade das campanhas de conscientização e utilidade pública;
- padronização e profissionalização da identidade e comunicação institucional dos órgãos participantes;
- maior eficiência na divulgação de atos oficiais, programas, serviços e ações governamentais;
- suporte técnico especializado para criação, produção e gestão das campanhas publicitárias;
- utilização adequada e estratégica dos meios de comunicação e divulgação;
- monitoramento e avaliação dos resultados das campanhas executadas;
- fortalecimento da imagem institucional dos órgãos públicos participantes perante a sociedade;
- atendimento das exigências legais relacionadas à publicidade institucional e educativa.

Pretende-se, ainda, assegurar maior economicidade e eficiência administrativa mediante a centralização e gestão especializada dos serviços publicitários, permitindo melhor planejamento das ações de comunicação e otimização da aplicação dos recursos públicos destinados à publicidade institucional.

No que se refere à participação da Câmara Municipal, objetiva-se também proporcionar suporte técnico adequado para atendimento de suas demandas institucionais de comunicação, considerando a complexidade da contratação e a necessidade de observância das disposições específicas da Lei Federal nº 12.232/2010.

Dessa forma, espera-se que a contratação contribua significativamente para o fortalecimento da comunicação pública municipal, promovendo maior integração entre Poder Público e sociedade, além de garantir transparência, publicidade e efetividade das ações institucionais desenvolvidas pelos órgãos participantes.

11. Providências a serem adotadas:

- a)** Providenciar Termo de Referência baseado neste estudo para posterior publicação do Edital de Concorrência Presencial objetivando a contratação de agência de propaganda;
- b)** Solicitar à autoridade máxima nomeação da Comissão Especial de Contratação atendendo ao art. 6º da Lei nº 14.133/2023 ~~2021~~, caso seja necessário.

12. Possíveis impactos ambientais:

Não se aplica ao objeto pretendido para a contratação. Todavia, caberá a futura contratada adotar ações como boas práticas no fornecimento do objeto, tais como: orientar seus empregados sobre prevenção e controle de risco, utilizar equipamentos e materiais de menor impacto ambiental, destinar de forma ambientalmente adequada todos os materiais e equipamentos que foram utilizados, entre outras práticas a serem observadas.

13. Adequação da forma de contratação:

TERMO CONTRATUAL (SERVIÇOS):

Esta demanda será formalizada por meio de Termo Contratual, pois trata-se de serviço de prestação continuada, ocasião em que a Lei de Licitação permite a manutenção do contrato por prazo máximo decenal, caso seja demonstrada a vantajosidade de tal continuação, conforme disposto nos artigos nº 106 e nº107 da Lei Federal 14.133/2021.

14. Adequação da forma de julgamento e critérios de seleção:

Para a definição da modalidade de licitação, o critério de julgamento, o modo de disputa e a adequação e eficiência da forma de combinação desses parâmetros, com o objetivo de selecionar a proposta apta a gerar o resultado de contratação mais vantajoso para a Administração Pública, esta equipe de planejamento solicitou apoio técnico do Setor de Licitações do município, por ser matéria de conhecimento específico de profissionais que atuam nesta área, que assim definiu:

14.1. Modalidade de Licitação: Concorrência Presencial

Deverá ser adotada para a presente contratação a modalidade Concorrência, e quanto ao tipo de licitação, o art. 6, inciso XXXVIII, alínea "c" da Lei nº 14.133/2021 determina que o tipo "técnica e preço" é utilizado exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, e serviços especiais como é o presente caso.

De acordo com o §2º do art. 171 da Lei de Licitações nº 14.133/2021, as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada. No presente caso, justifica-se a realização de forma presencial em razão da complexidade do presente objeto e procedimento, bem como em virtude de que o município não possui em nenhum software o sigilo da identidade dos licitantes. Para propiciar a segurança das informações e dos dados a serem recebidos, os 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.

A forma presencial é o meio mais célere para a realização do presente procedimento, facilitando a possibilidade de esclarecimentos imediatos e verificação das condições de habilitação, sem prejuízo da competição de preços ou da lisura do certame.

Considerando a complexidade da licitação, as peculiaridades do objeto, a relevância da contratação e as exigências de segurança da informação que impossibilitam o uso da modalidade eletrônica, bem como a necessidade de celeridade no processo, sem comprometer a escolha da proposta mais vantajosa, a modalidade de Concorrência na sua forma PRESENCIAL se configura como a alternativa mais ágil e vantajosa em comparação às demais previstas na Lei 14.133/2021.

14.2. Critério de julgamento: Melhor técnica

Nos termos da Lei nº 14.133/2021, o julgamento por Melhor Técnica considerará exclusivamente as propostas técnicas apresentadas pelos licitantes, e o Edital deverá definir a remuneração que será atribuída aos vencedores, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos "Melhor Técnica" ou "Técnica e Preço". Em conformidade com o princípio da celeridade e considerando o histórico das licitações realizadas pelo Município para este objeto, os preços a serem pagos aos vencedores estarão vinculados à tabela SINAPRO, com a aplicação de percentuais de desconto compulsórios, dispensando, assim, a necessidade de julgamento do preço.

14.3. Modo de disputa

Nos termos do art. 56 da Lei nº 14.133 de 2021, o modo de disputa **fechado** será utilizado nas hipóteses em que as propostas permanecerão em sigilo até a data e hora designadas para sua divulgação. O modo de disputa fechado deverá ser utilizado de modo isolado apenas para os casos do objeto deste estudo, os quais envolvem técnica, sendo vedada quando adotados os critérios de julgamento de menor preço ou de maior desconto.

DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DO ESTUDO

X	Esta Equipe de Planejamento declara VIÁVEL a contratação com base neste Estudo Técnico Preliminar – ETP, nos termos da Lei Federal nº. 14.133/2021.
	Esta Equipe de Planejamento declara INVIÁVEL a contratação com base neste Estudo Técnico Preliminar – ETP, nos termos da Lei Federal nº. 14.133/2021.

Balneário Rincão/SC, 22/05/2026.

Equipe de Planejamento
DAIANE REGINA AMÉRICO
DIRETORA DE COMUNICAÇÃO
4147

Equipe de Planejamento
EDUARDO DANIELSKI
CHEFE DE GABINETE
1220