

ANEXO II AO DECRETO Nº 2.460, DE 15 DE DEZEMBRO DE 2023.

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP) – BENS/SERVIÇOS

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP) - BENS/SERVIÇOS
1. IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO, DA UNIDADE E DO RESPONSÁVEL PELA DEMANDA
1.1 Secretaria Municipal de Comunicação, Déborah de Miranda Lôbo, Secretária Municipal de Comunicação.
2. OBJETO DA CONTRATAÇÃO
2.1 A Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, órgão central responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional da Prefeitura de Palmas, exerce papel estratégico na divulgação dos atos administrativos, campanhas educativas, programas governamentais e demais ações do Poder Executivo Municipal, em observância ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da Constituição Federal de 1988. 2.2 O presente Estudo Técnico Preliminar tem por objeto analisar a viabilidade técnica, econômica e jurídica da contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada e contínua, destinadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de ações publicitárias institucionais. 2.3 A contratação pretendida visa atender às demandas de comunicação institucional dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do Município de Palmas, sob orientação, coordenação e aprovação da Secretaria Municipal de Comunicação. 2.4 Os serviços abrangem a divulgação de ações, programas, campanhas, serviços, políticas públicas, atos oficiais e demais iniciativas de interesse coletivo, com a finalidade de assegurar a adequada comunicação entre a Administração Pública Municipal e a sociedade. 2.5 A contratação observará a Lei Federal nº 12.232/2010, por se tratar de norma especial aplicável à licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, com aplicação complementar da Lei Federal nº 4.680/1965 e do Decreto Federal nº 57.690/1966, bem como aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, no que couber, sendo conduzida em conformidade com os princípios da legalidade, isonomia, eficiência, economicidade, transparência, planejamento e competitividade. 2.6 Também deverão ser observados, quando aplicáveis, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP ou de entidade equivalente legalmente reconhecida, os Decretos Municipais nº 2.460/2023 e nº 2.461/2023, bem como as demais normas regulamentares aplicáveis à matéria. 2.7 O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante interesse da Administração e comprovação da vantajosidade da contratação.
3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO
3.1 A presente contratação fundamenta-se na necessidade da Administração Pública Municipal de manter serviços contínuos de publicidade e propaganda, voltados ao planejamento, criação, produção, execução, distribuição, veiculação e acompanhamento de campanhas institucionais, ações de utilidade pública, atos oficiais, programas governamentais e demais iniciativas de comunicação de interesse coletivo. 3.2 A Secretaria Municipal de Comunicação possui contratação vigente para a prestação desses serviços,



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

formalizada no **Processo Administrativo nº 2019030096**, cuja execução se desenvolve desde o exercício de 2020 e se estende até o exercício de 2026, com vigência prevista até julho de 2026.

3.3 O histórico da contratação demonstra que os serviços de publicidade e propaganda possuem caráter recorrente e essencial ao funcionamento da comunicação institucional do Município, considerando a necessidade permanente de divulgação de políticas públicas, campanhas educativas, programas, serviços, atos institucionais e informações de interesse da população.

3.4 Considerando o termo final da contratação vigente, torna-se necessária a instauração tempestiva de novo processo licitatório, a fim de evitar a descontinuidade dos serviços atualmente prestados e garantir que a Administração Municipal permaneça apta a divulgar suas ações de forma planejada, técnica, acessível e eficiente.

3.5 A demanda não decorre de necessidade eventual ou isolada, mas da atuação permanente da Administração Pública Municipal em diversas áreas, como saúde, educação, assistência social, cultura, turismo, meio ambiente, segurança no trânsito, arrecadação tributária, prestação de contas, participação social e demais ações governamentais que exigem adequada comunicação com a sociedade.

3.6 Os serviços de publicidade e propaganda são necessários para assegurar que as informações públicas sejam transmitidas de forma técnica, acessível, planejada e eficiente, observando a identidade institucional do Município e contribuindo para a ampla divulgação das ações governamentais, especialmente aquelas voltadas à orientação, conscientização e atendimento da população.

3.7 Ressalta-se que a Secretaria Municipal de Comunicação, nos termos da Lei Municipal nº 3.173, de 08 de abril de 2025, possui, dentre suas competências, a coordenação da política de comunicação social do Poder Executivo, a divulgação de programas, projetos e campanhas institucionais, bem como a interlocução com os meios de comunicação, o que reforça a necessidade da presente contratação como meio de viabilizar o cumprimento de suas atribuições institucionais. Nesse contexto, a contratação de agência de propaganda mostra-se necessária para viabilizar o atendimento das demandas institucionais de comunicação, com capacidade técnica para desenvolver campanhas e estratégias compatíveis com os objetivos da Administração Pública.

3.8 A ausência de nova contratação poderá comprometer a divulgação de informações de interesse público, prejudicar a comunicação entre a Administração Municipal e a sociedade e gerar descontinuidade na execução de campanhas institucionais essenciais à orientação da população e à transparência das ações governamentais.

3.9 Assim, verifica-se que a contratação pretendida atende ao interesse público, pois visa garantir a continuidade, o aprimoramento e a eficiência dos serviços de publicidade e propaganda, assegurando suporte técnico à comunicação institucional do Município e permitindo a adequada divulgação das políticas públicas, campanhas, atos oficiais e demais ações de interesse coletivo, resta assim demonstrado que a contratação é necessária, adequada e alinhada ao interesse público, observando os princípios da legalidade, planejamento, eficiência, economicidade e transparência, previstos na Lei nº 14.133/2021, justificando-se, portanto, o regular prosseguimento do processo administrativo.

4. INDICAÇÃO DE ALINHAMENTO COM INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO

4.1 A presente contratação encontra-se alinhada às diretrizes institucionais da Secretaria Municipal de Comunicação, considerando a necessidade de fortalecimento da comunicação pública, de divulgação das ações governamentais e de transparência das informações de interesse coletivo.

4.2 A contratação também se relaciona ao cumprimento do princípio da publicidade, previsto no art. 37 da Constituição Federal, especialmente quanto à divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos com caráter educativo, informativo ou de orientação social.



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

4.3 A demanda possui relação direta com o planejamento institucional da Administração Municipal, uma vez que a divulgação de campanhas, programas, serviços, políticas públicas e informações de utilidade pública exige atuação coordenada, técnica e contínua.

4.4 A contratação também está alinhada à necessidade de evitar a fragmentação das ações de comunicação, assegurar unidade na identidade institucional do Município e permitir maior eficiência no planejamento e na execução das ações publicitárias.

5. RESULTADOS PRETENDIDOS

5.1 A contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda mostra-se essencial para o adequado suporte às atividades institucionais da Secretaria Municipal de Comunicação, assegurando a continuidade dos serviços de publicidade institucional e evitando a interrupção das ações de comunicação pública desenvolvidas pelo Município.

5.2 Os serviços de publicidade desempenham papel estratégico no aprimoramento dos mecanismos de divulgação das ações institucionais, contribuindo para garantir o acesso da população às políticas públicas no âmbito do Município de Palmas e ampliando a eficiência e a qualidade das campanhas institucionais, educativas, informativas e de utilidade pública.

5.3 Pretende-se fortalecer a identidade institucional do Município, mediante a elaboração de campanhas e peças publicitárias coerentes com as diretrizes comunicacionais da Administração Pública Municipal, com vistas a:

5.3.1 **Fortalecer a comunicação institucional do Município**, por meio do planejamento, criação e execução de campanhas publicitárias alinhadas à identidade visual, às diretrizes de comunicação e aos objetivos da Administração Pública Municipal.

5.3.2 **Ampliar a clareza, o alcance e a acessibilidade das informações públicas**, mediante a elaboração de campanhas, peças e ações publicitárias voltadas à divulgação de programas, serviços, políticas públicas, atos oficiais e informações de interesse coletivo.

5.3.3 **Conferir maior planejamento e agilidade ao atendimento das demandas de comunicação pública**, por meio da atuação técnica de agência de propaganda, assegurando padronização, qualidade, continuidade e eficiência na execução das campanhas institucionais.

5.3.4 **Aprimorar a imagem pública institucional do Município**, mediante ações publicitárias planejadas, técnicas e estratégicas, capazes de transmitir transparência, profissionalismo, credibilidade e zelo na divulgação das ações governamentais.

5.3.5 **Promover a inclusão e a comunicação acessível**, com a adoção de linguagem clara, recursos visuais adequados, estratégias de mídia compatíveis e formatos capazes de alcançar diferentes públicos, incluindo crianças, idosos, pessoas com deficiência e demais segmentos da população.

5.3.6 **Otimizar a aplicação dos recursos públicos**, por meio da execução sob demanda, da aprovação prévia das campanhas, do planejamento de mídia, da comprovação dos serviços executados e da centralização estratégica das ações publicitárias, evitando contratações fragmentadas e assegurando maior eficiência na gestão da comunicação institucional.

5.4 Busca-se garantir suporte técnico especializado aos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta, por meio de planejamento, criação, produção, veiculação, acompanhamento e mensuração das ações publicitárias.

5.5 Espera-se, ainda, proporcionar maior capacidade de resposta da Administração diante de demandas sazonais,



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


emergenciais ou extraordinárias de comunicação pública, especialmente aquelas relacionadas à saúde, educação, trânsito, turismo, assistência social, meio ambiente, arrecadação tributária, prestação de contas e demais áreas de interesse coletivo.

5.6 Dessa forma, espera-se que a contratação contribua para uma comunicação pública mais eficiente, transparente e abrangente, fortalecendo o papel da Secretaria Municipal de Comunicação como instrumento estratégico de promoção das políticas públicas municipais e de valorização das ações do Poder Executivo.

6. REQUISITOS E CONDIÇÕES INDISPENSÁVEIS DA CONTRATAÇÃO

6.1 Caracterização geral da contratação

6.1.1 A contratação tem por objeto o atendimento das demandas da Secretaria Municipal de Comunicação, por meio de agência de propaganda responsável pela prestação de serviços de publicidade, compreendendo o planejamento, a criação, a produção, a execução, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias institucionais.

6.1.2 Os serviços compreendem, de forma geral, atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, produção, veiculação, acompanhamento e mensuração de campanhas e ações publicitárias, conforme as necessidades da Administração e as demandas formalmente autorizadas.

6.1.3 Para fins de acompanhamento da execução contratual, poderão ser considerados aspectos quantitativos e qualitativos relacionados às demandas efetivamente solicitadas e autorizadas, tais como volume de campanhas, peças e ações executadas, prazos de atendimento, conformidade com a demanda aprovada, qualidade técnica, adequação à identidade visual institucional, clareza das informações, comprovação da produção e da veiculação, quando houver.

6.2 Natureza dos serviços

6.2.1 Os serviços de publicidade possuem natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa, não se confundindo com serviços comuns ou com contratação de materiais, peças ou produtos previamente quantificados, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

6.2.2 A contratação envolve a atuação especializada de agência de propaganda, responsável pela proposição de soluções publicitárias adequadas aos objetivos de comunicação definidos pela Administração em cada demanda.

6.2.3 Os serviços não serão executados de forma mecânica ou por meio de itens previamente fechados, pois dependem do diagnóstico do problema de comunicação, da estratégia publicitária, da criação, do planejamento de mídia, da aprovação da Administração e da necessidade pública identificada em cada caso.

6.3 Legislação aplicável

6.3.1 A contratação será regida pela Lei Federal nº 12.232/2010, por se tratar de norma especial aplicável à licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

6.3.2 A Lei Federal nº 14.133/2021 será aplicada de forma subsidiária, no que couber, especialmente quanto à fase preparatória, instrução processual, governança da contratação, regras gerais do procedimento licitatório, contratos administrativos, sanções e demais aspectos não disciplinados de forma específica pela Lei Federal nº 12.232/2010.

6.3.3 Também serão observadas a Lei Federal nº 4.680/1965, o Decreto Federal nº 57.690/1966, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, quando aplicáveis, os Decretos Municipais nº 2.460/2023 e nº



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:



2.461/2023 e demais normas regulamentares aplicáveis à matéria.

6.4 Modalidade e critério de julgamento

6.4.1 A contratação deverá ser realizada mediante licitação na modalidade concorrência, em razão da natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa dos serviços de publicidade e da disciplina específica prevista na Lei Federal nº 12.232/2010.

6.4.2 O critério de julgamento adotado **será técnica e preço**, nos termos do art. 5º da Lei Federal nº 12.232/2010, por se tratar de contratação em que a qualidade técnica da solução publicitária possui relevância direta para o atendimento da necessidade administrativa.

6.4.3 A adoção do critério técnica e preço mostra-se adequada porque permite à Administração avaliar, de forma conjunta, a qualidade da proposta técnica apresentada pelas licitantes e as condições econômicas ofertadas, especialmente quanto aos percentuais de honorários, descontos, repasses e demais formas de remuneração praticadas no mercado publicitário.

6.4.4 A proposta técnica deverá ser composta pelo plano de comunicação publicitária, elaborado com base no briefing, e pelo conjunto de informações da licitante, destinado à avaliação da capacidade de atendimento, da experiência institucional, do portfólio de trabalhos realizados e da qualificação técnica compatível com o objeto.

6.4.5 O portfólio deverá permitir a análise do nível dos trabalhos desenvolvidos pela licitante, especialmente quanto à pertinência, qualidade técnica, criatividade, adequação estratégica, diversidade de soluções publicitárias e compatibilidade com campanhas institucionais, educativas, informativas ou de utilidade pública.

6.4.6 A experiência institucional da licitante poderá ser considerada na avaliação técnica de forma complementar e não eliminatória, desde que vinculada à demonstração objetiva de atuação no mercado publicitário, capacidade de atendimento, trabalhos realizados, estrutura disponível, equipe técnica, atestados compatíveis com o objeto, portfólio e tempo de atuação da empresa no segmento de publicidade e propaganda.

6.4.7 O tempo de atuação da empresa no mercado publicitário poderá ser utilizado como critério técnico subsidiário, de caráter acessório, para aferição da experiência institucional da licitante, desde que previsto de forma objetiva no edital e sem constituir requisito isolado de habilitação, condição de participação ou fator de restrição indevida à competitividade.

6.4.8 A análise do tempo de atuação deverá estar associada à efetiva experiência comprovada da licitante, não sendo suficiente, por si só, a mera data de constituição da pessoa jurídica, devendo ser considerada em conjunto com o portfólio, os trabalhos executados, a capacidade técnica e os demais elementos previstos no instrumento convocatório.

6.4.9 A proposta de preço deverá conter quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, tais como percentual de desconto sobre custos internos, honorários sobre serviços especializados de terceiros, condições de remuneração da agência, repasses, descontos e demais critérios econômicos definidos no edital.

6.4.10 A definição dos pesos atribuídos à técnica e ao preço, bem como dos critérios de pontuação do plano de comunicação publicitária, do portfólio, da capacidade de atendimento e da experiência institucional, será detalhada no Termo de Referência/Projeto Básico e no edital, observados os princípios da objetividade, isonomia, competitividade, julgamento técnico adequado e seleção da proposta mais vantajosa.



63 3212-7453

<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CÓDIGO:

6.5 Briefing

6.5.1 O briefing será documento essencial à elaboração das propostas técnicas pelas licitantes, devendo conter, de forma precisa, clara e objetiva, as informações necessárias à compreensão do problema de comunicação da Administração.

6.5.2 O briefing deverá apresentar o contexto institucional do Município, os desafios de comunicação, o público-alvo, os objetivos pretendidos, a verba referencial disponível para a campanha simulada e demais elementos necessários à elaboração do plano de comunicação publicitária.

6.5.3 O briefing não substitui o objeto contratual, mas orienta a elaboração da proposta técnica e permite à subcomissão técnica avaliar a capacidade das licitantes de compreender o problema apresentado e propor solução publicitária adequada.

6.6 Subcomissão técnica

6.6.1 A análise e o julgamento das propostas técnicas deverão ser realizados por subcomissão técnica, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

6.6.2 A subcomissão técnica deverá ser composta por profissionais com formação ou atuação nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing, observadas as exigências legais quanto à composição, sorteio, publicidade e impedimentos. Demais descrições acerca da subcomissão estarão presentes do Termo de Referência e no Edital.

6.6.3 A atuação da subcomissão técnica deverá garantir o julgamento técnico das propostas sem identificação indevida da autoria da via não identificada do plano de comunicação publicitária, observadas as regras previstas no edital e na Lei Federal nº 12.232/2010.

6.7 Quantidade de agências a serem contratadas

6.7.3.4 A Administração deverá definir, no Termo de Referência e no edital, a quantidade de agências de propaganda a serem contratadas, observando o volume financeiro estimado, a diversidade das demandas, a complexidade das ações publicitárias e a necessidade de assegurar adequada capacidade de atendimento.

6.7.3.4 Caso se opte pela contratação de mais de uma agência, a adjudicação deverá observar o art. 2º, § 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010, sem segregação em itens ou contas publicitárias.

6.7.3.4 A eventual contratação de mais de uma agência deverá ser justificada nos autos, considerando a necessidade de pluralidade de soluções criativas, a capacidade de atendimento às demandas da Administração e a possibilidade de realização de seleção interna entre as contratadas.

6.7.5 Caso se opte pela contratação de apenas uma agência, a justificativa deverá demonstrar a compatibilidade entre o volume de demandas, o teto financeiro estimado e a capacidade operacional necessária à adequada execução contratual.

6.8 Seleção interna entre agências

6.8.1 Na hipótese de contratação de mais de uma agência de propaganda, deverá ser instituído procedimento de seleção interna entre as contratadas, nos termos do art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010. Demais descrições acerca da seleção interna estarão presentes no Termo de Referência e no Edital.



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

6.8.2 A metodologia da seleção interna deverá ser aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial, observando critérios objetivos, impessoais e compatíveis com a natureza das demandas publicitárias.

6.8.3 A seleção interna poderá considerar, conforme o caso, a complexidade da ação publicitária, a familiaridade da agência com o tema, a capacidade de atendimento, a pertinência da solução proposta, o aproveitamento de linha criativa previamente desenvolvida, a estratégia de mídia e não mídia, a criatividade e a adequação aos objetivos de comunicação da Administração.

6.9 Certificação técnica das agências

6.9.1 Somente poderão participar do certame as empresas qualificadas como agências de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965, e que possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

6.9.2 A exigência de qualificação técnica deverá ser prevista no edital de forma compatível com a natureza do objeto, observadas as regras legais aplicáveis e a necessidade de assegurar ampla competitividade.

6.10 Vigência

6.10.1 O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado sucessivamente, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante interesse da Administração e comprovação da vantajosidade da contratação.

6.10.2 A prorrogação contratual ficará condicionada à permanência da necessidade administrativa, à regular execução do objeto, à compatibilidade com o interesse público, à disponibilidade orçamentária e à demonstração de que a continuidade da contratação permanece vantajosa para a Administração.

6.10.3 As condições de vigência, prorrogação, alteração e encerramento contratual serão definidas no Termo de Referência/Projeto Básico, no edital e no instrumento contratual.

6.11 Execução dos serviços

6.11.1 Os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica da Administração.

6.11.2 A cada demanda, a agência deverá apresentar planejamento, proposta de ação, peças, plano de mídia, orçamentos e demais elementos necessários à análise da Administração, quando cabível.

6.11.3 A execução somente poderá ocorrer após aprovação prévia e autorização formal da Secretaria Municipal de Comunicação.

6.11.4 A agência atuará por ordem e conta da Administração, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

6.11.5 A execução das ações publicitárias deverá observar as regras de autorização, acompanhamento, comprovação e recebimento estabelecidas no Termo de Referência/Projeto Básico, no edital, no contrato e na Lei Federal nº 12.232/2010.

6.12 Vedação de atividades estranhas ao objeto

6.12.1 O objeto da contratação deverá se limitar às atividades previstas no art. 2º da Lei Federal nº 12.232/2010,



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


incluindo as atividades complementares vinculadas ao planejamento e execução de pesquisas, produção técnica de peças e projetos publicitários e criação de formas inovadoras de comunicação publicitária.

6.12.2 É vedada a inclusão de atividades estranhas ao objeto de publicidade, especialmente assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou realização de eventos festivos de qualquer natureza, que deverão ser contratados por procedimentos próprios, quando necessários.

6.13 Subcontratação

6.13.1 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução do objeto principal.

6.13.2 A contratação de fornecedores especializados para produção gráfica, audiovisual, sonora, digital, pesquisas, estudos, mensuração e demais atividades complementares somente poderá ocorrer quando vinculada à execução das ações publicitárias aprovadas, observadas as regras da Lei Federal nº 12.232/2010, do edital e do contrato.

6.14 Honorários, descontos e condições de remuneração

6.14.1 As condições de remuneração da agência foram definidas a partir de levantamento prévio realizado pela Administração, constante dos autos, por meio de consultas encaminhadas a agências de propaganda, análise das respostas recebidas, parâmetros de contratações públicas semelhantes e planilha própria de consolidação dos percentuais aplicáveis.

6.14.2 O levantamento prévio mencionado no item anterior subsidiou a definição dos critérios econômicos que serão utilizados na proposta de preço, especialmente quanto aos percentuais de honorários incidentes sobre serviços especializados de terceiros, descontos sobre custos internos, repasses, condições relativas à veiculação e demais parâmetros de remuneração compatíveis com o mercado publicitário.

6.14.3 A proposta de preço deverá contemplar, nos termos do art. 6º, inciso V, da Lei Federal nº 12.232/2010, e conforme previsto no **ANEXO I — PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO**, neste Estudo Técnico Preliminar e no edital, os seguintes parâmetros econômicos:

ITEM	DESCRIÇÃO RESUMIDA	MÉDIA FINAL
1	Percentual de desconto a ser concedido ao anunciante sobre os custos internos dos serviços executados pela agência, com base na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins — SINAPRO/TO ou tabela equivalentes.	45%
2	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	8%
3	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, inclusive em consonância com novas tecnologias;	9%
4	Percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários.	9%



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01– Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A – 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

6.14.4 Os honorários deverão incidir sobre o valor efetivamente faturado, quando cabível, observadas as regras do edital, do contrato e os limites ou condições estabelecidas a partir do levantamento prévio constante dos autos.

6.14.5 As vantagens obtidas em negociação de compra de mídia, diretamente ou por intermédio da agência, pertencerão à Administração, incluídos eventuais descontos e bonificações em tempo, espaço ou reaplicações concedidas pelo veículo de divulgação, ressalvadas as hipóteses legalmente admitidas.

6.14.6 Para subsidiar a definição das condições de remuneração, foram considerados os documentos constantes dos autos, incluindo as respostas encaminhadas pelas agências consultadas, a planilha de consolidação dos percentuais, tabelas referenciais do mercado publicitário, quando aplicáveis, tabelas comerciais de veículos de comunicação, parâmetros extraídos de contratações públicas semelhantes e práticas usualmente adotadas em contratações de serviços de publicidade.

6.14.7 Os percentuais definidos não afastam a disputa própria da licitação, mas servem como parâmetros técnicos para a estruturação da proposta de preço, assegurando que os honorários, descontos, repasses e demais condições econômicas previstas no edital estejam compatíveis com as práticas do mercado publicitário e com a natureza da contratação.

6.15 Direitos autorais

6.15.1 O edital e o contrato deverão prever as regras relativas à cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos sobre ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e materiais publicitários criados em decorrência da contratação.

6.15.2 A Administração poderá utilizar os direitos cedidos diretamente ou por terceiros, durante a vigência contratual e nos limites estabelecidos no edital e no contrato.

6.15.3 Quando a execução envolver fornecedores externos ou terceiros titulares de direitos autorais e conexos, a agência deverá exigir, nos respectivos orçamentos e instrumentos, a previsão de cessão dos direitos patrimoniais necessários ao uso pela Administração.

6.16 Sustentabilidade

6.16.1 A execução dos serviços deverá observar, quando aplicáveis ao caso concreto, critérios de sustentabilidade ambiental, econômica e social, compatíveis com a natureza dos serviços de publicidade e com a finalidade de cada campanha ou ação publicitária.

6.16.2 Nas demandas que envolverem produção gráfica, materiais impressos, mídia exterior, estruturas físicas ou demais peças materiais, deverão ser priorizadas, sempre que tecnicamente viável, práticas que reduzam desperdícios, utilizem insumos de menor impacto ambiental e assegurem a destinação adequada de resíduos, como:

- a) Uso de tecnologias de baixo consumo energético;
- b) Minimização do desperdício de recursos;
- c) Produção de materiais com material reciclado, biodegradável, atóxico;
- d) Com máquinas que reduzem a geração de resíduos industriais.

6.16.3 A Administração poderá priorizar, quando compatível com o objetivo de comunicação e com o público-



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

alvo da campanha, soluções digitais, formatos de menor impacto ambiental e estratégias de mídia que reduzam a necessidade de produção física de materiais.

6.16.4 A adoção de critérios de sustentabilidade não poderá comprometer a efetividade da comunicação pública, devendo ser aplicada de forma proporcional, razoável e compatível com a natureza da demanda, o interesse público, a eficiência da campanha e a economicidade da contratação.

6.16.5 Os fornecedores especializados eventualmente contratados para execução de atividades complementares deverão observar boas práticas ambientais, trabalhistas e sociais, quando aplicáveis ao serviço executado.

6.17 Requisitos gerais

6.17.3.4 As obrigações entre as partes serão formalizadas por meio de contrato administrativo, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, a Lei Federal nº 14.133/2021, o edital, o Termo de Referência e demais normas aplicáveis.

6.17.3.4 A contratada deverá manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação e qualificação exigidas no certame, incluindo regularidade jurídica, fiscal, trabalhista e demais requisitos previstos no edital.

6.17.3.4 A contratada deverá observar as normas relacionadas à ética, à proteção de dados, ao sigilo das informações institucionais, à impessoalidade da comunicação pública e à vedação de promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

6.17.5 As campanhas, peças, planos de mídia, materiais, propostas de ação e demais produtos publicitários deverão ser previamente submetidos à análise e aprovação da Secretaria Municipal de Comunicação antes de sua execução, produção ou veiculação.

6.17.5 A contratada deverá observar a identidade visual institucional, as diretrizes de comunicação da Administração Municipal, os padrões técnicos definidos para cada demanda e as orientações emitidas pela Secretaria Municipal de Comunicação.

6.17.6 Os serviços poderão ser recusados, no todo ou em parte, quando estiverem em desacordo com a demanda autorizada, com o briefing, com as especificações aprovadas, com o plano de comunicação, com o edital, com o contrato ou com as normas aplicáveis, devendo a contratada promover os ajustes necessários, sem prejuízo das medidas cabíveis.

6.17.7 A comprovação da execução dos serviços deverá observar os documentos exigidos no Termo de Referência, no edital e no contrato, incluindo relatórios, peças aprovadas, notas fiscais, comprovantes de produção, comprovação de veiculação, pedidos de inserção, relatórios de checagem, quando cabíveis, e demais documentos pertinentes.

6.18 Garantia contratual

6.18.1 A exigência ou dispensa de garantia contratual deverá ser definida no Termo de Referência e no edital, mediante justificativa expressa.

6.18.2 Caso exigida, a garantia deverá observar os limites e condições da Lei Federal nº 14.133/2021.

6.18.3 Caso dispensada, a Administração deverá justificar que os mecanismos de fiscalização, autorização prévia, execução sob demanda, comprovação dos serviços e pagamento condicionado à efetiva execução são



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


suficientes para mitigar os riscos ordinários da contratação.

7. ESTIMATIVA DE QUANTITATIVOS E DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (Obrigatório)

7.1 O presente quadro possui caráter meramente referencial e tem por finalidade indicar as principais categorias de demandas publicitárias que poderão ser solicitadas durante a execução contratual. As descrições abaixo não constituem itens autônomos de contratação, tampouco representam obrigação de execução mínima, uma vez que os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Administração, mediante solicitação formal, aprovação prévia e autorização específica.

CATEGORIA REFERENCIAL	DESCRIÇÃO DA DEMANDA	FORMA DE EXECUÇÃO
Campanhas institucionais	Planejamento, criação e desenvolvimento de campanhas voltadas à divulgação de atos, programas, serviços e políticas públicas municipais	Sob demanda
Campanhas de utilidade pública	Desenvolvimento de campanhas educativas, informativas ou orientativas de interesse coletivo, incluindo saúde, trânsito, turismo, cidadania, meio ambiente e serviços públicos	Sob demanda
Peças publicitárias impressas	Criação e desenvolvimento de folders, cartazes, outdoors, painéis, banners, anúncios e demais materiais gráficos vinculados às campanhas aprovadas	Sob demanda
Peças audiovisuais	Roteirização, criação, direção, captação, edição e finalização de vídeos institucionais ou publicitários em formatos variados	Sob demanda
Peças sonoras	Criação, gravação e edição de spots, jingles, vinhetas e demais peças de áudio vinculadas às ações publicitárias	Sob demanda
Planos de mídia e veiculação	Elaboração de planos de mídia, negociação, intermediação, distribuição, acompanhamento e comprovação das veiculações	Sob demanda, conforme plano de mídia aprovado
Soluções inovadoras de comunicação publicitária	Desenvolvimento de formatos, estratégias e soluções contemporâneas de comunicação publicitária, inclusive em meios digitais	Sob demanda
Pesquisas, estudos e mensuração	Estudos, diagnósticos, pesquisas de opinião, levantamentos e avaliações relacionados ao planejamento ou à mensuração das campanhas	Quando necessário

7.2 Da ausência de quantitativos prévios

7.2.1 A presente contratação não envolve a quantificação prévia e exata dos produtos, peças, campanhas ou serviços publicitários a serem executados ao longo da vigência contratual.

7.2.2 Diferentemente das contratações de natureza comum, os serviços de publicidade não são executados de forma mecânica ou mediante itens previamente fechados, pois demandam estudo, planejamento, criação, desenvolvimento estratégico, aprovação da Administração e adequação ao problema de comunicação identificado em cada demanda.



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


7.2.3 As demandas relacionadas a campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, produção de peças gráficas, digitais, audiovisuais e sonoras, planejamento de mídia, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e demais atividades compatíveis com o objeto contratado possuem caráter referencial, não constituindo itens autônomos de contratação nem obrigação de execução mínima.

7.2.4 A definição das ações publicitárias ocorrerá durante a execução contratual, mediante solicitação formal da Administração, apresentação de planejamento, peças, plano de mídia, orçamentos ou proposta de ação, conforme o caso, e somente poderá ser executada após aprovação prévia e autorização específica da Secretaria Municipal de Comunicação.

7.3 Do valor estimado da contratação

7.3.1 Embora não seja possível estabelecer quantitativos prévios e exatos de produtos, peças, campanhas ou serviços publicitários, a definição de um teto financeiro estimado é necessária para o adequado planejamento da contratação, para a reserva orçamentária e para a delimitação do valor máximo a ser executado durante a vigência contratual.

7.3.2 Para a presente contratação, estima-se o valor global de **R\$ 25.625.000,00**, correspondente ao teto financeiro previsto para a execução dos serviços de publicidade durante o período inicial de 12 meses.

7.3.3 O valor estimado não representa garantia de faturamento mínimo à agência contratada, tampouco obrigação de execução integral pela Administração, uma vez que os serviços serão executados sob demanda, conforme as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, mediante solicitação formal, aprovação prévia, autorização específica e comprovação da execução.

7.4 Da metodologia utilizada para estimativa do valor

7.4.1 A metodologia utilizada para definição do valor estimado encontra-se detalhada no **ANEXO II – JUSTIFICATIVA DO PREÇO**, que integra a instrução processual e consolida os elementos utilizados para definição do teto financeiro da presente contratação.

7.4.2 A estimativa do volume financeiro da contratação foi elaborada com base em três eixos principais: histórico de execução da contratação anterior, extraído do sistema PRODATA; análise comparativa com contratos, editais, extratos, publicações oficiais e processos públicos semelhantes; e avaliação da necessidade de planejamento de médio e longo prazo, considerando a natureza continuada dos serviços de publicidade e a possibilidade de prorrogação sucessiva do contrato, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.4.3 O primeiro parâmetro utilizado foi o histórico de execução da contratação anterior, formalizada no Processo Administrativo nº 2019030096, considerando os valores executados e pagos nos exercícios de 2023, 2024 e 2025, bem como os valores classificados como Despesas de Exercícios Anteriores – DEA, quando vinculados à execução contratual correspondente.

7.4.4 De acordo com o levantamento extraído do sistema PRODATA, foram identificados os seguintes valores globais executados no âmbito da contratação anterior:

Exercício | Critério considerado | Valor total considerado

2023 | Executado e pago | R\$ 12.147.928,98

2024 | Executado e pago | R\$ 12.511.729,62

2025 | Executado e pago | R\$ 10.935.289,46

Total do período analisado | 2023 a 2025 | R\$ 35.594.948,06



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01– Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A – 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:

Média anual do período | 2023 a 2025 | R\$ 11.864.982,69

7.4.5 Os valores acima demonstram que a contratação anterior apresentou execução financeira relevante e recorrente, com volume anual superior a R\$ 10.000.000,00 nos três exercícios analisados, evidenciando a permanência da necessidade administrativa e a continuidade das demandas de publicidade institucional do Município.

7.4.6 Os formulários, relatórios, extratos ou demonstrativos extraídos do sistema PRODATA, utilizados para comprovação do histórico de execução financeira da contratação anterior, serão juntados aos autos como anexos próprios do processo, constituindo documentos de suporte da estimativa.

7.4.7 Como parâmetro complementar, foram analisados contratos, editais, extratos, publicações oficiais e processos públicos de serviços de publicidade, com objeto semelhante, localizados no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP ou em fonte pública oficial equivalente, a fim de verificar a compatibilidade do teto financeiro estimado com contratações públicas similares.

7.4.8 Os referenciais comparativos analisados consideraram, entre outros aspectos, o objeto contratado, o valor global estimado, homologado ou contratado, a vigência, a possibilidade de prorrogação, o porte do ente contratante, a abrangência territorial e institucional da comunicação, o modelo de execução sob demanda, a quantidade de agências contratadas, as condições de remuneração, a forma de julgamento e a correspondência entre a natureza do objeto e as necessidades da Administração Municipal.

7.4.9 Foram utilizados como referenciais comparativos os seguintes procedimentos:

- a) **Ministério das Comunicações** – Concorrência nº 90003/2024, Compra nº 5/2024, Processo nº 53115.003258/2024-12, com valor total estimado/homologado no PNCP de R\$ 25.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;
- b) **Município de Feira de Santana/BA** – Licitação nº 33-2025-07L, Concorrência Presencial nº 33-2025-CP, Processo Administrativo nº 9-2025, com valor total estimado/homologado de R\$ 22.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade por intermédio de 05 agências de propaganda;
- c) **Município de Hortolândia/SP** – Edital nº 22/2025, com valor total estimado de R\$ 22.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade voltados à divulgação de atos, programas, obras e campanhas do Município;
- d) **Município de Camaçari/BA** – Concorrência Presencial nº 0004/2025, Processo Administrativo nº 00268.11.07.611.2025, com orçamento básico de R\$ 20.000.000,00, referente à contratação de serviços de publicidade por intermédio de 02 agências de propaganda.

7.4.10 Os documentos utilizados como referência comparativa demonstram que contratações públicas recentes de serviços de publicidade, com objeto semelhante ao pretendido, adotaram valores globais de R\$ 25.000.000,00, R\$ 22.000.000,00, R\$ 22.000.000,00 e R\$ 20.000.000,00, confirmando que o teto financeiro pretendido se encontra em patamar compatível com parâmetros praticados por outros entes públicos.

7.4.11 No caso específico de Camaçari/BA, além da semelhança do objeto, considerou-se também o porte populacional semelhante ao Município de Palmas/TO, conforme indicado no ANEXO II, o que reforça a pertinência da utilização desse procedimento como referência comparativa para análise de razoabilidade do teto financeiro.

7.4.12 A definição do valor global estimado de R\$ 25.625.000,00 para a presente contratação encontra respaldo



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01– Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A – 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:



no histórico próprio de execução do Município, na continuidade das demandas institucionais, na necessidade de atendimento às ações de comunicação pública da Administração Direta e Indireta e nos parâmetros extraídos de contratações públicas semelhantes.

7.4.13 Além do histórico de execução contratual e dos referenciais comparativos, a estimativa considerou a necessidade de continuidade dos serviços, a recorrência das ações de comunicação pública, a previsão de campanhas institucionais, educativas, informativas e de utilidade pública, a demanda dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta, a necessidade de produção de materiais publicitários, a veiculação em meios de comunicação e os demais serviços inerentes à publicidade.

7.4.14 A possibilidade de prorrogação sucessiva do contrato, nos termos do art. 107 da Lei Federal nº 14.133/2021, reforça a necessidade de planejamento adequado da contratação, sem que isso represente contratação automática pelo prazo máximo legal, garantia de execução integral do valor estimado ou compromisso financeiro para exercícios futuros.

7.4.15 Considerando que o contrato poderá, em tese, ser prorrogado sucessivamente até o limite legal aplicável, inclusive alcançando o exercício de 2036 caso iniciado em 2026 e preenchidos os requisitos legais em cada prorrogação, a definição do teto financeiro deve observar não apenas a execução histórica, mas também a perspectiva de continuidade, evolução e ampliação das demandas institucionais de comunicação pública.

7.4.16 A definição do valor global de R\$ 25.625.000,00 busca conferir margem de planejamento suficiente para absorver variações ordinárias de demanda durante a vigência contratual inicial e permitir que eventuais prorrogações futuras, quando vantajosas e juridicamente cabíveis, ocorram preferencialmente pela continuidade temporal da contratação, sem que acréscimos extraordinários de valor sejam tratados como mecanismo ordinário de gestão contratual.

7.4.17 Eventuais acréscimos de valor deverão ser tratados como medida excepcional, condicionada à demonstração concreta de necessidade superveniente, interesse público, disponibilidade orçamentária e observância dos limites e requisitos da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.4.18 Os contratos, processos administrativos, extratos do PNCP, publicações oficiais, termos de referência, editais, contratos, atos de adjudicação/homologação e demais documentos utilizados como referência comparativa serão juntados aos autos como anexos próprios do processo, juntamente com os formulários, relatórios, extratos ou demonstrativos extraídos do sistema PRODATA.

7.4.19 Assim, o valor estimado de R\$ 25.625.000,00 foi definido considerando o histórico de execução da contratação anterior, os parâmetros extraídos dos exercícios de 2023, 2024 e 2025, a análise de contratações públicas semelhantes, o planejamento institucional da Secretaria Municipal de Comunicação e a necessidade de assegurar teto financeiro suficiente para a execução regular, contínua e eficiente dos serviços de publicidade institucional.

7.5 Da natureza estimativa do valor

7.5.1 O valor estimado da contratação possui natureza meramente referencial e representa limite máximo de execução contratual, não constituindo obrigação de gasto integral pela Administração.

7.5.2 Os pagamentos somente serão realizados em razão das demandas efetivamente solicitadas, aprovadas, autorizadas, executadas e comprovadas, observadas as condições previstas no edital, no Termo de Referência/Projeto Básico, no contrato e na Lei Federal nº 12.232/2010.

7.5.3 A execução financeira da contratação dependerá da necessidade pública verificada em cada demanda, da disponibilidade orçamentária, da aprovação prévia da Secretaria Municipal de Comunicação e da regular



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


comprovação dos serviços prestados.

7.5.4 Eventuais prorrogações contratuais deverão ser precedidas da demonstração de interesse público, disponibilidade orçamentária, vantajosidade da manutenção contratual e regularidade da execução, nos termos da legislação aplicável.

8. CONSIDERAÇÕES SOBRE SOLUÇÕES SEMELHANTES ENCONTRADAS NO MERCADO

8.1 A análise de mercado deverá considerar a natureza específica dos serviços de publicidade, que devem ser prestados por intermédio de agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

8.2 Foram consideradas como soluções possíveis: a execução direta das ações pela Administração, a contratação fragmentada de serviços isolados, a contratação de fornecedores específicos para cada demanda e a contratação integrada de agência de propaganda.

8.3 A execução direta pela Administração não se mostra suficiente para atender de forma integral às demandas de publicidade institucional, tendo em vista a necessidade de atuação técnica especializada, planejamento estratégico, criação publicitária, produção, intermediação, supervisão, veiculação e mensuração das ações.

8.4 A contratação fragmentada de fornecedores para cada ação ou campanha também não se mostra adequada, pois poderia gerar descontinuidade, perda de unidade estratégica, aumento de esforços administrativos, redução da eficiência e risco de execução intempestiva das ações publicitárias.

8.5 A solução mais compatível com a necessidade administrativa é a contratação de agência de propaganda, por meio de concorrência, com julgamento por técnica e preço, execução sob demanda e teto financeiro estimado.

8.6 Para fins de levantamento de mercado, foram considerados contratos anteriores do Município, contratações semelhantes de outros entes públicos, especialmente por meio de consulta ao PNCP e portais oficiais, tabelas referenciais do mercado publicitário, tabelas comerciais de veículos de comunicação, editais recentes e modelos de remuneração praticados em contratações públicas de publicidade.

8.7 A consulta a agências de propaganda, se realizada, terá finalidade complementar e deverá se limitar à identificação de condições usuais de remuneração, tais como percentuais de honorários, descontos sobre custos internos, repasses, tabelas referenciais e demais parâmetros econômicos aplicáveis à proposta de preço, não se confundindo com cotação comum de preço global fechado.

9. ESCOLHA DA SOLUÇÃO MAIS ADEQUADA

9.1 A presente contratação **não se enquadra como serviço comum**, nos termos do art. 6º, inciso XIII, da Lei nº 14.133/2021, uma vez que os serviços de publicidade não podem ser definidos apenas por especificações usuais de mercado, diante de **sua natureza técnica, intelectual, estratégica e criativa**, bem como da disciplina específica prevista na Lei Federal nº 12.232/2010.

9.2 A solução mais adequada consiste na contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, mediante licitação na modalidade concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010 e com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021.

9.3 A contratação por intermédio de agência de propaganda mostra-se mais adequada porque os serviços de publicidade compreendem o conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição das ações publicitárias aos veículos e demais meios de divulgação.



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

 VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:


9.4 A solução permite que a Administração conte com suporte técnico especializado para a elaboração de campanhas institucionais, campanhas de utilidade pública, peças publicitárias, planos de mídia, produção de materiais, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e demais atividades compatíveis com o objeto definido pela Lei Federal nº 12.232/2010.

9.5 Não se recomenda a adoção da modalidade pregão, tendo em vista que os serviços de publicidade não possuem natureza comum e não são executados de forma padronizada, mecânica ou por meio de itens previamente fechados, dependendo da análise do problema de comunicação, da estratégia publicitária, da criação, do planejamento de mídia e da aprovação da Administração em cada demanda.

9.6 Também não se recomenda a estruturação do objeto por Sistema de Registro de Preços, considerando que a contratação não se destina à aquisição eventual de itens padronizados, mas à prestação integrada de serviços de publicidade, com execução sob demanda, teto financeiro estimado e aprovação prévia das ações publicitárias.

9.7 A adoção da concorrência, com julgamento por técnica e preço, permite avaliar a qualidade técnica das soluções apresentadas pelas licitantes, a capacidade de atendimento, o portfólio, a experiência institucional, o tempo de atuação no mercado publicitário como critério técnico subsidiário e as condições econômicas propostas, preservando a natureza intelectual e estratégica do objeto.

9.8 Dessa forma, a contratação de agência de propaganda, mediante concorrência do tipo técnica e preço, apresenta-se como a solução mais adequada para atender às necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação, assegurando planejamento, qualidade técnica, economicidade, eficiência, continuidade e conformidade com a legislação específica aplicável aos serviços de publicidade.

10. DO PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO (Obrigatório)

10.1 Não se recomenda o parcelamento do objeto por itens, lotes, campanhas, peças ou contas publicitárias, tendo em vista que a Lei Federal nº 12.232/2010 conceitua os serviços de publicidade como conjunto de atividades realizadas de forma integrada.

10.2 A fragmentação do objeto poderia comprometer a unidade estratégica das campanhas, a padronização da comunicação institucional, a eficiência da execução e a coerência das ações de publicidade desenvolvidas pela Administração.

10.3 As demandas de publicidade poderão envolver, de forma combinada, planejamento, criação, produção, veiculação, pesquisas, estudos, mensuração de resultados e formas inovadoras de comunicação publicitária, razão pela qual o parcelamento por itens não se mostra tecnicamente adequado.

10.4 Caso a Administração opte pela contratação de mais de uma agência de propaganda, tal providência não configurará parcelamento do objeto, mas adjudicação a mais de uma agência, sem segregação em itens ou contas publicitárias, nos termos do art. 2º, § 3º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

10.5 Na hipótese de contratação de mais de uma agência, a execução das ações publicitárias deverá observar procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

11.1 A Secretaria Municipal de Comunicação possui contratação vigente para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, formalizada no Processo Administrativo nº 2019030096, cuja vigência se encerra em julho de 2026. Contudo, tal contratação não se caracteriza como contrato correlato ou interdependente, mas como contratação anterior de mesma natureza, utilizada como referência histórica para a instrução da nova contratação.



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CÓDIGO:

11.2 A instauração do presente procedimento decorre da necessidade de adoção tempestiva das providências administrativas destinadas à nova contratação, a fim de evitar a descontinuidade dos serviços de publicidade e propaganda essenciais à comunicação institucional do Município.

11.3 Ressalta-se que o objeto pretendido deverá limitar-se às atividades previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, não abrangendo assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou realização de eventos festivos de qualquer natureza, os quais deverão ser contratados por procedimentos próprios, caso venham a ser necessários.

11.4 Durante a execução contratual, a Administração deverá zelar para que as demandas encaminhadas à agência de propaganda estejam diretamente vinculadas ao objeto de publicidade institucional, evitando a utilização do contrato para finalidades estranhas à natureza dos serviços contratados.

12. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

12.1 Providências Prévias à Contratação:

12.1.1 A Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM, órgão central responsável pela coordenação das ações de comunicação institucional da Prefeitura de Palmas, exerce papel estratégico na divulgação dos atos administrativos, campanhas educativas, programas governamentais e demais ações do Poder Executivo Municipal, em observância ao princípio da publicidade previsto no art. 37 da Constituição Federal de 1988

12.1.2 A presente contratação fundamenta-se na necessidade contínua da Administração Pública Municipal de planejar, desenvolver e executar ações de comunicação institucional, por meio da realização de campanhas educativas, informativas e promocionais de interesse público, abrangendo, entre outras, as áreas de saúde, educação, cultura, cidadania, turismo, meio ambiente, segurança no trânsito, arrecadação tributária e transparência pública.

12.1.3 O objeto da contratação encontra-se formalizado no Documento de Formalização da Demanda - DFD.

12.1.4 Foi realizada análise prévia de riscos relacionados à execução do objeto.

12.1.5 O processo observará a legislação aplicável e conta com os trâmites administrativos necessários para o seu regular prosseguimento.

12.2 Deverá ser concluída a apuração do teto financeiro estimado, mediante relatório ou memória de cálculo, considerando o histórico da contratação anterior, os valores executados, a recorrência das demandas, o planejamento institucional, as contratações públicas semelhantes e demais elementos de suporte.

12.3 A Administração deverá definir, de forma justificada, a quantidade de agências a serem contratadas, considerando o volume financeiro estimado, a complexidade das demandas, a capacidade de atendimento desejada e a eventual necessidade de seleção interna.

12.4 Deverá ser elaborada a metodologia de seleção interna, caso a Administração opte pela contratação de mais de uma agência de propaganda, observando o art. 2º, § 4º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

12.5 Deverão ser definidos os critérios de julgamento da proposta técnica e da proposta de preço, observando a Lei Federal nº 12.232/2010 e as peculiaridades da contratação de serviços de publicidade.

12.6 Deverá ser providenciada a composição da subcomissão técnica, com observância das exigências legais relativas à formação ou atuação dos membros, sorteio, publicidade, impedimentos e demais requisitos aplicáveis.

12.7 Deverão ser definidos os mecanismos de fiscalização, recebimento, autorização das demandas, comprovação



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:



da execução, controle da veiculação, análise de orçamentos de terceiros e pagamento.

12.8 O processo deverá ser submetido às análises técnicas, orçamentárias, jurídicas e de controle interno cabíveis, conforme o fluxo administrativo aplicável.

13. DOS IMPACTOS AMBIENTAIS

13.1 Nos termos do art. 18, § 1º, inciso XII, da Lei Federal nº 14.133/2021, a presente análise deve considerar os possíveis impactos ambientais decorrentes da contratação e as respectivas medidas mitigadoras, quando aplicáveis ao objeto.

13.2 A contratação de serviços de publicidade poderá gerar impactos ambientais indiretos, especialmente quando houver produção gráfica, materiais impressos, peças físicas, mídia exterior, estruturas promocionais, materiais de divulgação e descarte de insumos.

13.3 A execução do objeto deverá contemplar a adoção de boas práticas ambientais e sociais, com a priorização de fornecedores que possuam políticas de responsabilidade socioambiental, incluindo, entre outras:

13.3.1 Redução dos impactos ambientais decorrentes das atividades produtivas;

13.3.2 Utilização de tecnologias e equipamentos de baixo consumo energético;

13.3.3 Minimização do desperdício de matérias-primas e insumos;

13.3.4 Emprego de materiais reciclados, biodegradáveis ou atóxicos, sempre que tecnicamente viável;

13.3.5 Utilização de processos produtivos que reduzam a geração de resíduos industriais.

13.4 Nas demandas que envolverem produção física de materiais, deverão ser observadas, quando aplicáveis, as diretrizes da Política Nacional de Resíduos Sólidos, instituída pela Lei Federal nº 12.305/2010, especialmente quanto à redução da geração de resíduos, destinação ambientalmente adequada e responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

13.5 A contratada deverá assegurar a incorporação de práticas sustentáveis em todas as etapas da execução contratual, incluindo a seleção de insumos, métodos produtivos e destinação adequada de resíduos.

13.6 Deverão ser observadas, no que couber, as diretrizes da Instrução Normativa SEGES/ME nº 40/2020, bem como as Normas Brasileiras (NBR) da ABNT aplicáveis, especialmente aquelas relacionadas à gestão e ao tratamento de resíduos sólidos oriundos de atividades gráficas.

13.7 Assim, a solução proposta alinha-se aos princípios de desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental previstos na Lei nº 14.133/2021, assegurando a adoção de práticas que reduzam impactos ambientais e promovam maior eficiência no uso de recursos públicos

14. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA (Obrigatório)

14.1 Com base na análise realizada neste Estudo Técnico Preliminar, a equipe técnica **considera a contratação viável e adequada** para atender às demandas da Secretaria Municipal de Comunicação, **em conformidade com**



63 3212-7453


<https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com>

 ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA DOCUMENTO EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO:



os princípios e diretrizes da Lei nº 14.133/2021.

14.2 A solução proposta demonstra-se **tecnicamente apropriada, economicamente vantajosa e compatível com as necessidades operacionais** da Pasta, garantindo **eficiência na execução dos serviços, transparência nos procedimentos e racionalidade no uso dos recursos públicos**.

14.3 A solução proposta encontra amparo na Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, e permite à Administração estruturar procedimento licitatório compatível com a natureza técnica, intelectual, estratégica e dinâmica dos serviços de publicidade.

14.4 A contratação por **concorrência**, com julgamento por **técnica e preço**, execução sob demanda e teto financeiro estimado, mostra-se adequada à realidade do objeto, afastando a lógica de contratação comum por itens, quantitativos unitários e preços previamente fechados.

14.5 Dessa forma, **recomenda-se o prosseguimento do processo de contratação**, observando-se as etapas legais subsequentes e os critérios definidos neste estudo.

15. ASSINATURAS**Requisitante****RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA**

Superintendente de Conteúdo

Responsável pela elaboração do Estudo Técnico Preliminar

RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO

Assessor Técnico

Aprovação do Estudo Técnico Preliminar

DÉBORAH DE MIRANDA LÔBO

Secretária Municipal de Comunicação



63 3212-7453

[https://www.palmas.to.gov.br/
secompalmas@gmail.com](https://www.palmas.to.gov.br/secompalmas@gmail.com)ACSE 01- Av. JK Edifício Via Nobre Empresarial,
Lote 28 A - 1º Andar CEP: 77.006-014

DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RAFAEL CARVALHO VELOSO SILVEIRA (ASSINATURA) EM 19/06/2026 17:47:48
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: DEBORAH DE MIRANDA LOBO EM 12/06/2026 17:49:01
DOCUMENTO ASSINADO POR LOGIN E SENHA POR: RENATO NUNES BARBOSA SOBRINHO EM 12/06/2026 17:12:30

LEI Nº 14.063, DE 23 DE SETEMBRO DE 2020

VERIFIQUE A AUTENCIDADE DESTES DOCUMENTOS EM <https://epalmas.palmas.to.gov.br/cadastroUsuarioExterno/verificacao.aspx> INFORMANDO O CODIGO: