



ANEXO III

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

Número do processo: 20260006373

Interessado: Secretaria Municipal de Comunicação

Unidade Demandante: Prefeitura Municipal de Cidade Ocidental – GO

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

Esta seção visa atender a ao seguinte elemento obrigatório do ETP:

Art. 18, § 1º, inciso I - descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público;

Fundamento Constitucional e do Dever de Informar

A presente demanda fundamenta-se no postulado da publicidade, insculpido no **caput do art. 37 da Constituição Federal de 1988**, que transborda a mera divulgação oficial para constituir-se em um verdadeiro dever de transparência e prestação de contas. No âmbito do Município de Cidade Ocidental, a comunicação institucional é compreendida como um instrumento estratégico indispensável para a materialização da cidadania. A necessidade ora exposta não se confunde com o marketing de natureza comercial, mas sim com a urgência de estabelecer canais éticos, claros e acessíveis para que os atos, programas e políticas públicas alcancem o cidadão de forma fidedigna, combatendo a desinformação e assegurando o direito fundamental à informação pública.

Problemas Identificados e da Ineficiência Histórica

O diagnóstico realizado pela Administração identificou um cenário de vulnerabilidade comunicacional, caracterizado por um alto grau de dependência da população local em relação aos canais oficiais para o acesso a serviços básicos e programas sociais. Verificou-se, em análises de períodos pretéritos, que o Município carece de uma estrutura técnica capaz de realizar a interlocução profissional necessária com a comunidade. A prática de comunicações assistemáticas, sem o devido planejamento estratégico e desprovidas de rigor técnico, resultou



historicamente em atrasos na difusão de campanhas de saúde e educação, comprometendo a eficácia das políticas públicas.

Ainda, inexistente uma identidade visual e textual coesa, o que dificulta o reconhecimento das ações governamentais pela população, levando a um desperdício de recursos em ações publicitárias amadorísticas que não atingem os índices de recall e engajamento necessários para o interesse público.

Insuficiência da Estrutura Administrativa Local

Conforme apontado no Documento de Formalização de Demanda (DFD), a Prefeitura de Cidade Ocidental apresenta uma lacuna material e de pessoal no que tange à execução técnica de serviços publicitários. A Secretaria Municipal de Comunicação possui competência institucional para a supervisão e fiscalização política e administrativa, todavia, não detém em seus quadros profissionais de criação, redação publicitária, planejamento de mídia, *storyboarding* e produção técnica de peças audiovisuais complexas. Tampouco dispõe o Município de parque tecnológico (softwares de edição, equipamentos de captação de alta fidelidade e estúdios) que justifique a execução direta, sob pena de violar o princípio da eficiência ao manter custos fixos elevados para uma demanda que é, por natureza, sazonal e variável conforme o cronograma de campanhas anuais.

Objetivos Estratégicos da Necessidade

A necessidade de contratação visa, portanto, colmatar o hiato entre a decisão política de governo e o efetivo recebimento da mensagem pelo cidadão. Busca-se uma solução que permita a transição do modelo empírico para um modelo técnico baseado em dados, pesquisas de mercado e planejamento de mídia, objetivando uma capacidade de resposta rápida a *fake news* e distorções informativas que prejudicam a ordem pública local.

Nesta mesma ceara, busca-se o desenvolvimento de linguagens adaptadas à diversidade demográfica do Município, considerando as disparidades de acesso à rede mundial de computadores, de forma a garantir que as ações de publicidade institucional e de utilidade pública observem o rigoroso rito técnico-legal exigido para o setor, separando nitidamente as atividades de publicidade das atividades de assessoria de imprensa e eventos (conforme vedação expressa no art. 2º, § 3º da referida lei).



Justificativa sob a Ótica da NLLC (Lei 14.133/2021)

A presente descrição atende aos ditames do **art. 18, inciso I, da Lei nº 14.133/2021**, demonstrando a existência de um problema público a ser resolvido. A Administração Municipal entende que a continuidade de uma comunicação descentralizada e tecnicamente carente — acarreta riscos à legitimidade institucional e à transparência passiva. A necessidade, portanto, é de um apoio técnico especializado que ofereça suporte à criação, planejamento e distribuição de mensagens institucionais, permitindo que a Secretaria de Comunicação exerça seu papel finalístico de coordenação, sem ser onerada pela execução operacional para a qual não possui expertise ou meios físicos disponíveis.

3. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Este item visa atender a ao seguinte elemento do ETP: Art. 18, § 1º, inciso III - requisitos da contratação;

Requisitos de Expertise Técnica e Estratégica

Para que a necessidade de comunicação institucional seja suprida, a solução a ser adotada deve, obrigatoriamente, reunir competências multidisciplinares que permitam a transposição da linguagem administrativa para uma linguagem cidadã. Isso pressupõe a capacidade de realizar o planejamento macro estratégico, a concepção criativa e a execução técnica de peças em variados suportes (audiovisual, digital, gráfico e radiofônico). É indispensável que o suporte técnico oferecido possua domínio das métricas de alcance e engajamento, garantindo que a informação pública não apenas seja emitida, mas efetivamente compreendida pelo público-alvo.

Requisitos de Disponibilidade e Tempestividade

Considerando a natureza dinâmica da gestão pública, a solução deve apresentar alto índice de responsividade. Requer-se a capacidade de mobilização imediata para a difusão de atos urgentes, como campanhas de vacinação, alertas de defesa civil ou comunicados de interesse extraordinário. A estrutura de apoio deve garantir a continuidade do fluxo informacional, evitando hiatos que possam dar margem à propagação de desinformação ou ao isolamento de comunidades que dependem exclusivamente dos canais oficiais.

Requisitos de Conformidade Legal e Ética



Qualquer caminho escolhido para o atendimento desta demanda deverá observar estritamente o arcabouço normativo vigente, em especial:

- Lei nº 12.232/2010: Observância aos critérios de publicidade institucional e de utilidade pública, vedando-se a inclusão de atividades alheias ao escopo técnico publicitário (como eventos festivos ou assessoria de imprensa no mesmo bojo);
- Lei nº 14.133/2021: Atendimento aos princípios da segregação de funções e da economicidade;
- Legislação Eleitoral: Aptidão para adequar o fluxo de informações aos períodos de defeso eleitoral, garantindo a manutenção da publicidade estritamente essencial e o cumprimento das restrições legais.

Requisitos de Infraestrutura e Tecnologia

O atendimento da demanda exige o acesso a ferramentas tecnológicas de ponta, incluindo softwares de edição licenciados, equipamentos de captação de imagem e som com resolução profissional e sistemas de monitoramento de mídia. A solução deve prever a entrega de arquivos em formatos abertos e editáveis para o arquivo institucional do Município, assegurando a memória administrativa e a possibilidade de reaproveitamento de materiais educativos em exercícios futuros.

Requisitos de Qualidade e Padronização

A solução deve ser capaz de instituir e manter uma identidade visual e verbal unificada para o Município de Cidade Ocidental. Isso inclui o desenvolvimento de manuais de aplicação de marca e a garantia de que todas as mensagens institucionais guardem coerência estética e ética entre si, eliminando o amadorismo identificado em gestões passadas e fortalecendo a imagem da instituição perante o administrado.

Requisitos de Supervisão e Controle

É requisito fundamental que a solução permita a governança direta por parte da Secretaria Municipal de Comunicação. Isso significa que o modelo a ser adotado deve prever mecanismos de aprovação prévia de todas as etapas (planejamento, criação e veiculação), auditoria de custos e comprovação fidedigna de execução (*checking* de mídia), garantindo que a execução material esteja sempre subordinada às diretrizes políticas e administrativas do Poder Executivo.



4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Em observância ao art. 18, § 1º, inciso IV da Lei nº 14.133/2021 e à IN SEGES nº 58/2022, esta etapa destina-se à prospecção e análise das alternativas capazes de atender à necessidade de profissionalização da comunicação pública municipal. Foram consideradas as seguintes variáveis de viabilidade técnica, operacional e econômica:

Análise Comparativa das Soluções Prospectadas

Critério de Análise	Solução 1: Execução Direta (Estrutura Atual)	Solução 2: Concurso Público (Novos Cargos)	Solução 3: Execução Indireta (Apoio Especializado)
Capacidade Técnica	Inexistente. Falta de profissionais com formação específica em publicidade e propaganda.	Incompleta. Dificuldade em atrair e reter múltiplos perfis técnicos sob regime estatutário.	Plena. Acesso imediato à expertise, <i>know-how</i> e talentos multidisciplinares do mercado.
Infraestrutura e Tecnologia	Defasada. Ausência de softwares de edição, estúdios e equipamentos de captação profissional.	Custo Elevado. Exigiria alto investimento inicial em ativos tecnológicos fixos.	Otimizada. Utilização da infraestrutura tecnológica e parque de equipamentos já detidos pelo mercado.
Agilidade Operacional	Nula. Fluxo amadorístico que compromete o <i>timing</i> das campanhas.	Baixa. Morosidade inerente ao rito de criação de cargos e realização de certame.	Alta. Capacidade de mobilização imediata e resposta rápida a demandas sazonais.
Economicidade	Baixa. Desperdício de recursos por falta de planejamento estratégico.	Risco Fiscal. Elevação permanente da folha de pagamento e encargos previdenciários.	Eficiente. Pagamento sob demanda e controle de preços via tabelas referenciais (SINAPRO).
Conformidade Legal	Frágil. Risco de desvio de finalidade e promoção pessoal por falta de rigor técnico.	Regular. Atende ao preceito do concurso, mas não garante a especialização exigida pela Lei 12.232/2010.	Total. Solução em estrita aderência ao rito especial da Lei nº 12.232/2010 e NLLC.



Estudo Técnico e Econômico das Soluções

Solução 1 – Execução Direta (Inviabilidade Operacional)

A atual estrutura da Secretaria Municipal de Comunicação não dispõe do arcabouço institucional necessário para operacionalizar a demanda. A ausência de servidores com habilitação legal (conforme art. 6º da Lei nº 4.680/1965) e a carência de recursos materiais especializados (como drones, ilhas de edição e sistemas de monitoramento) tornam esta opção tecnicamente nula. A manutenção do modelo atual perpetua o amadorismo e a ineficiência identificados em gestões pretéritas.

Solução 2 – Concurso Público (Inviabilidade Estrutural e Temporal)

A criação de um quadro próprio de publicidade exigiria a reestruturação do Plano de Cargos e Salários do Município, processo complexo que demanda autorização legislativa e impacto orçamentário de longo prazo. Ademais, a natureza da atividade publicitária exige uma rotatividade de talentos e uma atualização tecnológica constante que o regime estatutário, por sua rigidez, não comporta com a mesma eficiência que o setor privado. O tempo necessário para a realização de concurso público é incompatível com a urgência de comunicação das políticas públicas atuais.

Solução 3 – Execução Indireta (Solução Escolhida)

A execução indireta, por meio de suporte técnico especializado, apresenta-se como a única via capaz de garantir a integração de atividades prevista no art. 2º da Lei nº 12.232/2010. Esta solução permite à Administração apropriar-se da experiência de mercado sem o ônus da manutenção de custos fixos ociosos, gerando encargos financeiros apenas quando houver demanda efetiva. Além disso, garante que a criação e a distribuição de mídia sejam pautadas por critérios técnicos de alcance e eficácia, assegurando o retorno social do investimento público.



Justificativa para a Escolha da Solução

Diante do exposto, a Execução Indireta via Contratação de Apoio Técnico Especializado é a solução que melhor atende ao interesse público. Ela concilia o rigor jurídico da Lei nº 12.232/2010 com a agilidade operacional necessária para a comunicação institucional contemporânea. Ao optar por este modelo, a Administração Municipal de Cidade Ocidental garante o acesso a uma estrutura profissional completa (estudo, planejamento, criação e veiculação) sem a necessidade de investimentos vultosos em infraestrutura própria, transferindo ao mercado o risco tecnológico e mantendo sob o domínio da Secretaria de Comunicação a prerrogativa estratégica de supervisão e controle finalístico dos resultados.

Contratações similares

A pesquisa demonstra que a Administração Pública, em seus diversos níveis, consolidou a contratação de agências de propaganda como a solução padrão para o atendimento do dever de publicidade. Abaixo, listam-se paradigmas de contratações recentes e similares à necessidade do Município de Cidade Ocidental.

Quadro Comparativo de Contratações Similares

Órgão Gerenciador	Identificação do Certame	Objeto da Contratação	Amparo Legal
Prefeitura de Indaiatuba/SP	Concorrência nº 001/2025	Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços destinados a atender às necessidades do Município.	Lei 12.232/10 e Lei 14.133/21
Prefeitura de Santarém/PA	Concorrência nº 001/2026	Contratação de agência de comunicação, propaganda e publicidade para serviços destinados à Prefeitura e suas Secretarias.	Lei 12.232/10 e Lei 14.133/21
Prefeitura de Juiz de Fora/MG	Concorrência nº 011/2025	Prestação de serviços de publicidade, abrangendo o estudo, planejamento, criação e execução de campanhas institucionais.	Lei 12.232/10 e Lei 14.133/21
Prefeitura de Cristalândia/TO	Edital nº 1-A/2026	Serviços de comunicação institucional para divulgação de atos e ações governamentais através de apoio técnico especializado.	Lei 14.133/21 (NLLC)
Governo Federal (SECOM)	Edital Modelo (Padronizado)	Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, com foco em melhor técnica ou técnica e preço.	Lei 12.232/10 e Lei 14.133/21



Análise dos Dados Coletados

I. Observa-se que 100% dos entes pesquisados optaram pela **Execução Indireta**. Não foram localizados registros de municípios de médio ou grande porte que realizem a criação e produção publicitária integralmente por meio de equipe própria estatutária.

II. As contratações mais recentes (2025 e 2026) já realizam o "casamento" normativo entre a **Lei nº 12.232/2010** (que rege o rito técnico de publicidade) e a **Lei nº 14.133/2021** (que rege as normas gerais de licitação), confirmando a segurança jurídica da solução escolhida por Cidade Ocidental.

III. Os objetos das contratações similares guardam estreita relação com a demanda local, prevendo não apenas a criação, mas o planejamento estratégico e a distribuição de mídia, o que corrobora a necessidade de uma solução completa e integrada.

Prospecção de fornecedores

Em cumprimento ao **art. 18, § 1º, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021**, procedeu-se à identificação de players de mercado com expertise comprovada na prestação de serviços de publicidade e propaganda sob o rito da Lei nº 12.232/2010. A prospecção considerou empresas que atuam tanto no cenário regional (Goiás e DF, dada a proximidade geográfica de Cidade Ocidental) quanto no cenário nacional, assegurando a competitividade do futuro certame.

Relação de Fornecedores Prospectados (Exemplificativa)

Fornecedor	Localização	Especialização Identificada
Agência Cálice	Goiânia/GO	Ampla experiência em contas públicas municipais e estaduais, com foco em campanhas de utilidade pública.
Zan Comunicação	Brasília/DF	Expertise em planejamento de mídia complexo e produção de conteúdo institucional para órgãos da administração direta.
Propeg Comunicação	Nacional	Referência na gestão de grandes contas públicas, com estrutura para atendimento de demandas multidisciplinares.
Pulp Propaganda	Curitiba/PR	Atuação em diversas prefeituras, com foco em soluções de comunicação digital e combate à desinformação.
Artplan	Nacional	Grande capacidade produtiva e infraestrutura tecnológica de ponta para campanhas de alto alcance.

A análise dos fornecedores acima (e de tantos outros cadastrados no SICAF e portais de transparência) revela que há um número substancial de agências de propaganda devidamente registradas no CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e com habilitação legal para participar de licitações sob a égide da **Lei nº 12.232/2010**.

As empresas prospectadas possuem o parque tecnológico e o corpo técnico (redatores, diretores de arte, planejadores e produtores) que o Município de Cidade Ocidental não detém em sua estrutura própria.



O mercado é pulverizado e altamente competitivo, o que permite à Administração Municipal selecionar a proposta de "Melhor Técnica" ou "Técnica e Preço" com garantias de obtenção de uma proposta vantajosa e profissional.

5. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Este item visa atender a ao seguinte elemento do ETP:

Art. 18, § 1º, inciso VII - descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso;

Definição do Objeto Integrado

A solução consiste na **contratação de apoio técnico especializado por meio de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública**. A solução é concebida de forma integrada, abrangendo o conjunto de atividades de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, além da distribuição das mensagens aos veículos e demais meios de divulgação.

Forma de contratação

Com base no artigo 17, § 2º da Lei Federal Nº 14133/2021, esta licitação deverá ser realizada na forma **presencial**, considerando as especificidades da apresentação das propostas técnicas, as quais serão compostas por Plano de Comunicação a ser apresentado de forma apócrifa, sendo avaliada e julgada pela Subcomissão Técnica designada. A realização de tal procedimento por via eletrônica, prejudica a eficiência da análise técnica dos materiais, além da ausência de segurança em manter a não identificação da via nos termos legais e podendo ensejar a invalidação do certame.

Escopo e Elementos Centrais

Para que o Município de Cidade Ocidental alcance os resultados pretendidos, a solução deverá entregar:

- Elaboração de plano de comunicação alinhado ao cronograma de metas da gestão;
- Desenvolvimento de peças para TV, rádio, mídia impressa, mídia exterior (*outdoor*, painéis) e ecossistemas digitais;
- Seleção técnica de veículos de comunicação baseada em critérios de audiência, segmentação e custo-benefício;



- Campanhas específicas de conscientização (saúde, educação, tributos e meio ambiente) com linguagem adaptada às diversas camadas da população.

Modelo de Execução e Gestão

A execução dar-se-á sob demanda, mediante a emissão de Ordens de Serviço (OS) ou Autorizações de Publicidade (AP) pela Secretaria Municipal de Comunicação. O modelo de gestão será pautado pela **Segregação de Funções**, onde a contratada executa a técnica e a Administração exerce o papel de supervisão estratégica, fiscalização técnica e aprovação final de cada etapa produtiva.

Crítérios de Medição e Pagamento

Os pagamentos serão efetuados com base nos serviços efetivamente realizados e comprovados, seguindo a lógica de:

- Remuneração conforme tabela de preços ou valores pactuados para a criação e produção;
- Ressarcimento de custos de produção externa e pagamento de mídia, mediante comprovação documental (*checking*) e aplicação dos descontos e tabelas de referência do setor (ex: SINAPRO/CENP).

Crítérios de Seleção e Qualificação Técnica (Preliminar)

A contratação deverá recair sobre empresa que apresentar a melhor qualificação técnica, de acordo com as propostas técnicas apresentadas e julgadas por comissão especial, e conjuntamente apresentar o melhor preço, o que será objeto de apreciação de acordo com as métricas estabelecidas no instrumento de convocação e conforme o tipo de licitação eleito.

O julgamento do melhor preço será efetuado considerando as variáveis que comporão a proposta a ser apresentada, levando em conta o maior desconto oferecido incidente sobre a Tabela de Honorários; o percentual incidente sobre os serviços terceirizados, a nota alcançada na proposta técnica; todos esses dados serão submetidos a ponderação e escolhida assim a contratada.

Além disso a empresa deverá apresentar portfólio onde fique demonstrada a sua expertise; submeter-se a **prova de conceito** onde deverá apresentar trabalhos de diversas matizes com o objetivo de solucionar problemas constantes do briefing publicado.

A empresa deverá comprovar deter equipe técnica profissional, com estrutura, know-how e equipamentos especializados, inscrição e certificado nos órgãos de auto-regulamentação da atividade publicitária em dia com a entidade.



Deverá ainda concordar com os termos do edital e apresentar toda a documentação exigida no instrumento convocatório, inclusive quanto ao modelo de remuneração, com controle de preços via tabela referencial (ex: SINAPRO-GO).

A empresa deverá abrir mão dos direitos autorais de suas criações a fim de permitir ao poder público utilizá-las quando e da forma como entender mais adequada.

Considerando a complexidade e a natureza predominantemente intelectual do objeto (Art. 2º da Lei nº 12.232/2010), o fornecedor deverá ainda demonstrar:

- Comprovação de que possui estrutura e pessoal qualificado para as funções de atendimento, criação e mídia;
- Apresentação de atestados de desempenho anterior em campanhas de porte similar, demonstrando capacidade de gerenciar o volume de demanda previsto para o Município;
- Estar em conformidade com as normas técnicas do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), garantindo a observância aos preceitos éticos e técnicos da profissão.

Manutenção e Assistência Técnica

No contexto desta solução, a assistência técnica refere-se ao suporte contínuo de consultoria em comunicação e à manutenção do acervo digital e histórico das campanhas. A solução deve garantir que todo o material produzido seja entregue em formato aberto, permitindo a manutenção da memória institucional e a reutilização de peças educativas em períodos subsequentes.

Prazo de Vigência

A solução é projetada para uma vigência inicial de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogada por períodos sucessivos até o limite legal de 10 (dez) anos, nos termos do **art. 106 da Lei nº 14.133/2021**, dado o caráter de serviço contínuo e a necessidade permanente de interlocução com a sociedade.

Subcontratação

Não será admitida a subcontratação do objeto contratual, exceto para os serviços complementares devidamente previstos.

Garantia da contratação



Deverá ser exigida exigência de garantia da contratação, prevista no artigo 96 e seguintes da Lei 14.133/2021, tendo em vista que é impossível o dimensionamento mensal dos gastos.

6. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

Este item visa atender ao seguinte elemento obrigatório do ETP: Art. 18, § 1º, inciso IV - estimativas das quantidades para a contratação, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala;

Da Metodologia de Estimativa

Considerando que a execução do objeto ocorre por demanda, a estimativa de quantidades foi definida com base no cronograma de eventos institucionais do Município, nas campanhas de utilidade pública obrigatórias (Saúde, Educação, IPTU, Meio Ambiente) e no histórico de veiculação necessário para atingir a cobertura populacional de Cidade Ocidental. Os quantitativos abaixo representam a previsão de consumo anual, servindo como teto para a contratação, sem obrigatoriedade de execução total por parte da Administração.

Quadro de Quantitativos Referenciais Anuais

Categoria de Serviço	Unidade de Medida	Quantidade Estimada (Anual)	Justificativa Técnica
Planejamento de Campanhas	Unidade	10 a 14	Refere-se às grandes campanhas sazonais (Ex: Vacinação, Maio Amarelo, IPTU, Aniversário da Cidade).
Peças de Criação Isoladas	Unidade	120 a 150	Criação de artes para redes sociais, cards informativos, anúncios de jornal e comunicados urgentes.
Produção Audiovisual (Vídeo)	Minutos produzidos	40 a 60	Produção de vídeos institucionais, documentários de obras e comerciais para TV/Internet (30" e 60").
Produção de Spot/Jingle (Áudio)	Unidade	15 a 20	Materiais para rádio e sistemas de som volante, essenciais para a capilaridade da informação.
Peças de Mídia Exterior	Unidade (Layout)	30 a 40	Criação de layouts para <i>outdoors</i> , busdoor, banners e placas de obras.
Gestão e Monitoramento Digital	Mês	12	Acompanhamento contínuo da presença digital e métricas de desempenho das campanhas.



Memória de Cálculo e Escalonamento

Os números apresentados baseiam-se na necessidade de manter um fluxo de, no mínimo, uma campanha de médio porte a cada dois meses e uma produção constante de conteúdos informativos semanais. O dimensionamento leva em conta:

- I. Necessidade de múltiplos canais para atingir 100 mil habitantes.
- II. Concentração de demandas em períodos de saúde pública (Dengue, Influenza) e início de exercício fiscal (Tributos).
- III. O quantitativo permite a economia de escala, garantindo que a agência mantenha uma estrutura mínima de atendimento pronta para o Município.

A quantificação acima subsidiará a elaboração da planilha de custos e formação de preços no Termo de Referência. O valor total da contratação será o resultado da aplicação dos preços unitários de mercado sobre estas quantidades estimadas, acrescido da verba destinada à veiculação (mídia), que será definida conforme a disponibilidade orçamentária constante na Lei Orçamentária Anual (LOA).

7. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Este item visa atender a ao seguinte elemento **obrigatório** do ETP:

Art. 18, § 1º, inciso VI - estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a Administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação;

Foi realizada uma breve pesquisa em contratos de prestação de serviços de publicidade firmados por municípios próximos, a fim de verificar a média de valores praticados na região.

Foram consultados os seguintes municípios e contratos:

- **Novo Gama / Contrato nº 41/2022** – com valor estimado em **R\$ 3.500.000,00**;
- **Santo Antônio do Descoberto / Contrato nº 60/2026** – com valor total de **R\$ 2.000.000,00**;
- **Águas Lindas de Goiás / Contrato nº 1087/2026** – com valor total estimado em **R\$ 1.649.197,56**.

Considerando os valores levantados, obteve-se a seguinte distribuição:

NOVO GAMA	ST. ANTONIO DO DESCOBERTO	ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS	MEDIANA
R\$ 3.500.000,00	R\$ 2.000.000,00	R\$ 1.649.197,56	R\$ 2.383.065,85



Após o cálculo, verificou-se que a **mediana dos valores encontrados é de R\$ 2.383.065,85**, o que representa um parâmetro regional de referência para este tipo de contratação.

8. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Natureza Unitária e Integrada do Objeto

Em que pese a regra geral do parcelamento prevista no art. 47 da Lei nº 14.133/2021, a presente solução configura um **sistema único e integrado de comunicação**. A natureza dos serviços publicitários, conforme definidos no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, exige a integração orgânica entre as etapas de estudo, planejamento, conceituação, criação e execução. A fragmentação dessas atividades em itens ou lotes distintos comprometeria a unidade lógica e a coerência estratégica das campanhas, resultando em uma comunicação institucional desconexa e ineficiente.

Risco ao Conjunto do Objeto e Perda de Economia de Escala

O agrupamento em lote único justifica-se pela necessidade de garantir a **padronização técnica e estética** das mensagens governamentais. A divisão do objeto entre diferentes fornecedores acarretaria um conflito de identidade visual e verbal, haja vista que a coexistência de múltiplas agências para um mesmo ente municipal dificultaria a consolidação de uma imagem institucional única perante o cidadão;

Ainda, tem-se que o aumento exponencial do custo de gestão de contratos e a dificuldade de coordenação logística entre diferentes empresas para uma mesma campanha;

Por fim, a centralização da demanda em um único prestador permite uma melhor negociação junto aos veículos de comunicação (mídia), otimizando a aplicação dos recursos públicos e garantindo melhores condições de volume e frequência.

Inviabilidade Técnica e Econômica da Divisão

A prestação de serviços por um único fornecedor é a opção que apresenta maior vantagem para a Administração Municipal de Cidade Ocidental, pois permite que uma única inteligência estratégica acompanhe o ciclo de vida da informação desde o seu planejamento até o relatório final de resultados. O parcelamento, neste caso específico, não ampliaria a competitividade de forma eficaz, mas sim criaria obstáculos técnicos à execução do objeto, uma



vez que a responsabilidade pela "unidade da mensagem" ficaria diluída, ferindo o princípio da eficiência.

Conclusão pelo Agrupamento

Diante do exposto, afasta-se o caráter de parcelamento e segue-se à licitação com o objeto agrupado em **Lote Único**. Esta decisão fundamenta-se no inciso II do artigo 47 da Lei 14.133/2021, visto que o objeto configura um conjunto cujos elementos são interdependentes e cuja execução por múltiplos fornecedores geraria riscos inaceitáveis ao resultado pretendido pela Secretaria Municipal de Comunicação.

9. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Contratações Interdependentes

Para que a presente solução produza os efeitos pretendidos e a execução técnica seja viabilizada, identificam-se como interdependentes as seguintes contratações/ações:

- A execução do objeto depende umbilicalmente da disponibilidade de espaços publicitários em emissoras de rádio, TV, portais de notícia e outdoors. Embora a agência realize o planejamento e a intermediação, a quitação dos valores de veiculação é essencial para a entrega do resultado final.
- Caso a solução técnica envolva a distribuição de materiais físicos (cartilhas, folhetos, manuais), a existência de registro de preços vigente para serviços gráficos é interdependente para a materialização das peças criadas.

Contratações Correlatas

São contratações que guardam relação com a política de comunicação do Município, mas cujas execuções ocorrem de forma autônoma:

- Atividades voltadas ao relacionamento com a mídia e gestão de crises, que devem ser objeto de licitação própria sob a égide exclusiva da Lei nº 14.133/2021, conforme vedação do art. 2º, § 3º da Lei nº 12.232/2010.
- Contratações destinadas à infraestrutura de eventos institucionais, que complementam as campanhas publicitárias mas possuem natureza diversa.

10. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

O objeto da contratação não possui previsão em Plano de Contratações Anual, haja visto que o PCA está sendo elaborado com vigência prevista a partir do ano de 2027.



11. BENEFÍCIOS A SEREM ALCANÇADOS COM A CONTRATAÇÃO

A presente contratação visa a substituição do modelo de comunicação assistemático e empírico por uma estrutura de alto desempenho técnico. Os benefícios almejados pela Administração Municipal de Cidade Ocidental são segmentados da seguinte forma:

Em Termos de Economicidade e Eficiência Orçamentária

A utilização de critérios técnicos de planejamento de mídia (como análise de GRP, alcance e frequência) garante que cada real investido seja direcionado aos veículos que efetivamente atingem o público-alvo, eliminando o desperdício em canais de baixa capilaridade ou sem afinidade com a população local.

Redução de Custos Fixos

Ao optar pela execução indireta, o Município beneficia-se da infraestrutura tecnológica e de pessoal da iniciativa privada apenas quando houver demanda real, evitando a manutenção de cargos ociosos e a obsolescência de equipamentos próprios.

Em Termos de Eficácia e Melhoria dos Serviços à Sociedade

Aumento do índice de recall e compreensão das mensagens públicas, garantindo que o cidadão conheça seus direitos, prazos de programas sociais e serviços de saúde disponíveis.

Combate à Desinformação

Capacidade de resposta rápida e técnica contra a propagação de notícias falsas que prejudicam a ordem pública e a credibilidade das instituições municipais.

Fortalecimento da Cidadania

A comunicação profissional permite a construção de uma identidade institucional sólida, facilitando o diálogo entre o governo e a comunidade, o que reflete diretamente na legitimidade das políticas públicas implementadas.

Melhor Aproveitamento de Recursos Humanos e Materiais

A desoneração dos servidores da Secretaria de Comunicação das tarefas operacionais de criação e produção permitirá que a equipe foque exclusivamente na supervisão, fiscalização e no alinhamento estratégico das políticas de governo.

Acesso a Tecnologias de Ponta



Utilização de ferramentas avançadas de monitoramento digital e produção audiovisual que seriam inacessíveis via execução direta, sem custo adicional de aquisição para o erário.

Impactos Ambientais Positivos e Desenvolvimento Sustentável

Redução do Consumo de Papel: Priorização de campanhas em ecossistemas digitais e mídias eletrônicas, reduzindo significativamente a necessidade de impressões em larga escala, em alinhamento com as metas de sustentabilidade ambiental.

Incentivo à Economia Local

A divulgação profissional de programas de incentivo ao comércio local e ao turismo em Cidade Ocidental contribui para o desenvolvimento econômico sustentável da região, fortalecendo a arrecadação própria e a geração de emprego e renda.

Conclusão sobre o Custo-Benefício

Os benefícios ora descritos demonstram que a contratação é o meio mais vantajoso para que o Município atenda ao preceito constitucional da publicidade. O resultado esperado é uma gestão mais transparente, ágil e tecnicamente qualificada, onde a comunicação pública atue como um vetor de eficiência administrativa e de inclusão social.

12. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

Para que a contratação produza os efeitos almejados e guarde estrita conformidade com os princípios da **Lei nº 14.133/2021** e da **Lei nº 12.232/2010**, a Administração Municipal de Cidade Ocidental deverá adotar as seguintes providências:

Cronograma de Atividades para Adequação do Ambiente

Atividade	Responsável	Prazo Estimado
Designação formal da Subcomissão Técnica (Art. 10 da Lei 12.232/10)	Gabinete do Prefeito / SECOM	Antes da abertura da sessão, mediante sorteio.
Capacitação dos Fiscais e Gestores em normas do CENP e Auditoria de Mídia	Secretaria de Comunicação	Antes da assinatura do contrato
Estruturação de Repositório Digital (Cloud) para transferência de arquivos	Departamento de TI / SECOM	Até o início da execução
Definição do Fluxo de Aprovação de Briefings	Secretário de Comunicação	Até o início da execução



Capacitação de Servidores e Fiscalização

Dada a especificidade do objeto, será necessária a capacitação dos servidores designados para a fiscalização técnica. O treinamento deverá focar em:

- Conferência de notas fiscais de veículos de comunicação cruzadas com comprovantes de veiculação (pix de rádio, relatórios de redes sociais e certificados de TV).
- Entendimento sobre descontos de agência e tabelas de preços dos sindicatos da categoria (Ex: SINAPRO).
- Orientações sobre o limite de atuação da agência para evitar a execução de atividades vedadas (como assessoria de imprensa).

Análise do Ambiente e Infraestrutura Digital

Por se tratar de um serviço predominantemente intelectual e digital, as providências de infraestrutura física são reduzidas, focando-se na **Infraestrutura Lógica**:

Garantia de conectividade estável para a transferência de arquivos pesados (vídeos em 4K, artes em alta resolução).

- Definição de níveis de acesso às redes sociais oficiais do Município para a equipe da contratada.

Interferências, Licenças e Alvarás

- A Secretaria de Comunicação deverá atuar junto à Secretaria de Planejamento e Mobilidade/Meio Ambiente para identificar os locais passíveis de instalação de outdoors ou painéis, garantindo que a solução respeite o Código de Posturas Municipal.
- Providenciar os modelos de termos de cessão de uso de imagem a serem assinados em produções audiovisuais, garantindo a proteção jurídica do Município.

Riscos por Inércia Administrativa

A não adoção dessas providências, especialmente quanto à capacitação e definição do fluxo de aprovação, consta no **Mapa de Riscos** como um fator de "Alto Impacto". O atraso na aprovação de uma campanha pode gerar o pagamento de multas contratuais por ociosidade da agência ou a perda de datas vitais para a saúde e o calendário tributário do Município.

Mapeamento de Riscos Relacionados

A ausência de alinhamento entre as contratações interdependentes (especialmente a de mídia) poderá acarretar a inexecução do objeto principal por falta de suporte para a



veiculação das campanhas. Tal risco deverá ser devidamente detalhado na Matriz de Riscos para a contratação em tela, prevendo-se o acompanhamento conjunto dos saldos contratuais de ambas as frentes.

13. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Avaliação dos Impactos Diretos e Indiretos

Dada a natureza da solução, que envolve a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade e propaganda, os impactos ambientais diretos são considerados de baixa magnitude. Entretanto, a execução do objeto gera reflexos no consumo de recursos naturais e na produção de resíduos sólidos, especialmente no que tange à produção de peças gráficas, materiais de sinalização e infraestrutura digital.

Medidas Mitigadoras e Requisitos de Sustentabilidade

Para neutralizar ou reduzir os impactos identificados, a solução deverá observar as seguintes diretrizes:

- O planejamento de comunicação deverá priorizar meios digitais e eletrônicos para a difusão de mensagens, visando a redução drástica do consumo de papel e insumos de impressão.
- Para as peças que demandarem obrigatoriamente suporte físico, dever-se-á buscar a utilização de papéis com certificação de origem (FSC ou equivalente) e tintas à base de óleos vegetais, minimizando a emissão de compostos orgânicos voláteis (COVs).
- Os serviços de produção técnica (estúdios de áudio e vídeo) deverão, preferencialmente, utilizar equipamentos de baixo consumo energético (selo Procel ou equivalente) e sistemas de iluminação LED.

Logística Reversa e Descarte de Resíduos

No caso de materiais de publicidade exterior (banners, lonas, adesivos e placas) que possuam vida útil limitada à duração das campanhas, a solução prevê:

- A agência de suporte deverá orientar os fornecedores de produção externa sobre o recolhimento e a destinação final ambientalmente adequada dos materiais após o encerramento das campanhas.



- Promoção da reciclagem de lonas e materiais plásticos, estimulando parcerias com cooperativas de reciclagem locais, conforme a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010).

Crítérios de Baixo Impacto no Planejamento de Mídia

O apoio técnico especializado deverá considerar, na escolha dos suportes físicos de mídia exterior, a durabilidade dos materiais e a facilidade de reciclagem, evitando o uso de substratos excessivamente poluentes ou de difícil decomposição.

Monitoramento e Fiscalização

A Secretaria Municipal de Comunicação, em conjunto com a Secretaria Municipal de Planejamento Urbano e Mobilidade de Cidade Ocidental, fiscalizará se as peças de sinalização institucional instaladas em vias públicas respeitam as normas de poluição visual e se as medidas de remoção e descarte estão sendo fielmente cumpridas ao término de cada ação publicitária.

14. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Com base nas análises técnicas, jurídicas e econômicas detalhadas ao longo deste **Estudo Técnico Preliminar (ETP)**, a equipe de planejamento conclui pela **VIABILIDADE INTEGRAL** da contratação de apoio técnico especializado em publicidade e propaganda.

O modelo proposto observa estritamente o rito especial da **Lei nº 12.232/2010** e os preceitos gerais da **Lei nº 14.133/2021**, garantindo segurança jurídica ao processo licitatório.

A solução de execução indireta resolve de imediato a lacuna de pessoal qualificado e infraestrutura tecnológica da Secretaria Municipal de Comunicação, sem gerar custos fixos permanentes ou impacto previdenciário (ao contrário da realização de concurso público).

O levantamento de mercado e a estimativa de quantitativos demonstram que o pagamento sob demanda, pautado em tabelas de referência e eficiência de mídia, assegura a melhor aplicação dos recursos públicos.

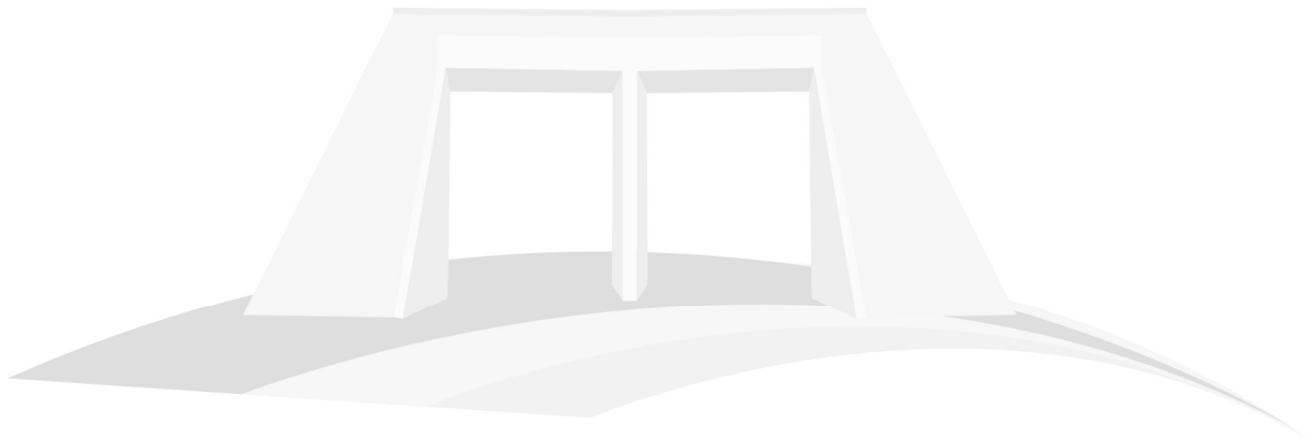
A profissionalização da comunicação institucional permitirá ao Município de Cidade Ocidental cumprir seu dever constitucional de transparência, combatendo a desinformação e garantindo que os serviços e programas sociais alcancem efetivamente a população.

Diante do exposto, esta equipe técnica declara que a contratação pretendida está em consonância com as metas da administração municipal e com os princípios da economicidade,



eficácia e eficiência. As providências e os riscos identificados são perfeitamente gerenciáveis pela estrutura administrativa, não havendo óbice à continuidade do processo.

Portanto, recomendamos o prosseguimento da fase externa da licitação, com a posterior elaboração do **Termo de Referência** e do **Edital**, sob o regime de técnica e preço, conforme a natureza predominantemente intelectual do objeto.



Prefeitura de Cidade
OCIDENTAL
Nossas ruas acolhem quem chega



Escaneie o QR CODE para verificar a autenticidade do documento.

Hash SHA512 do documento original: #1f5ada52a602bb30a71cf3f64aa92a8b8adb0d425e0809261ee14b20afbda4fa00fd970c1f5cbde8f6b88c348988c49356ae4bba9ab289833d1ee5744df4a85c

[https://cidadeocidental.prefeituravirtual.app.br/validar/documento-](https://cidadeocidental.prefeituravirtual.app.br/validar/documento-eletronico/1f5ada52a602bb30a71cf3f64aa92a8b8adb0d425e0809261ee14b20afbda4fa00fd970c1f5cbde8f6b88c348988c49356ae4bba9ab289833d1ee5744df4a85c)

[eletronico/1f5ada52a602bb30a71cf3f64aa92a8b8adb0d425e0809261ee14b20afbda4fa00fd970c1f5cbde8f6b88c348988c49356ae4bba9ab289833d1ee5744df4a85c](https://cidadeocidental.prefeituravirtual.app.br/validar/documento-eletronico/1f5ada52a602bb30a71cf3f64aa92a8b8adb0d425e0809261ee14b20afbda4fa00fd970c1f5cbde8f6b88c348988c49356ae4bba9ab289833d1ee5744df4a85c)



SECRETARIA MUNICIPAL
DE COMPRAS, LICITAÇÃO E CONTRATOS



RELATÓRIO DE PESQUISA COMPARATIVA

Objeto: Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda

Interessado: Secretaria Municipal de Comunicação

Unidade Demandante: Prefeitura Municipal de Cidade Ocidental – GO

Foi realizada uma breve pesquisa em contratos de prestação de serviços de publicidade firmados por municípios próximos, a fim de verificar a média de valores praticados na região.

Foram consultados os seguintes municípios e contratos:

- **Novo Gama** – com valor estimado em **R\$ 3.500.000,00**; **Contrato n° 41/2022**
- **Santo Antônio do Descoberto** – com valor total de **R\$ 2.000.000,00**; **Contrato n° 60/2026**
- **Águas Lindas de Goiás** – com despesas estimadas em **R\$ 1.649.197,56**; **Contrato n° 1087/2022**

Considerando os valores levantados, obteve-se a seguinte distribuição:

Novo Gama	Santo Antônio do Descoberto	Águas Lindas de Goiás	MEDIANA
R\$ 3.500.000,00	R\$ 2.000.000,00	R\$ 1.649.197,56	R\$ 2.383.065,85

Após o cálculo, verificou-se que a **mediana dos valores encontrados é de R\$ 2.383.065,85** o que representa um parâmetro regional de referência para este tipo de contratação.

Cidade Ocidental – GO, 30 de abril de 2026.



Documento assinado digitalmente.

VALDEIR DA SILVA CARNEIRO

Data: 04/05/2026 10:28:19-0300

Valdeir Carneiro
Coordenação de compras e licitações
Secretaria Municipal de Comunicação