



**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (Inciso XX, art. 6º da Lei Federal nº 14.133/2021)
(CONCORRÊNCIA - Inciso XXXVIII, art. 6º da Lei Federal nº 14.133/2021)**

O presente documento visa analisar a viabilidade da contratação, bem como levantar os elementos essenciais que servirão para compor o Termo de Referência, buscando a melhor forma de atender às necessidades da Administração.

1. DOS DADOS DO PROCESSO:

Sd(s) nº (s): 001/2026

Descrição da necessidade: A Prefeitura Municipal de Alcinópolis – MS necessita contratar agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços especializados de comunicação institucional, visando apoiar a Administração Pública na divulgação de ações, programas, serviços e campanhas de interesse público.

A comunicação institucional é instrumento fundamental para garantir:

- transparência das ações governamentais;
- acesso da população às informações públicas;
- divulgação de campanhas educativas e informativas;
- orientação da população sobre serviços públicos.

Diante disso, torna-se necessária a contratação de empresa especializada para planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas publicitárias institucionais.

Secretaria(s) Demandante(s): Gabinete do Prefeito

2. DO RELATÓRIO:

2.1 EQUIPE TÉCNICA:

O presente estudo técnico foi realizado pelos servidores subscritos.

2.2 REGIME REGENTE:

A contratação está fundamentada nas seguintes normas:

- Lei nº 12.232/2010 – contratação de serviços de publicidade;
- Lei nº 14.133/2021 – nova lei de licitações;
- princípios constitucionais da administração pública.

2.3 LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA PARA O OBJETO:

() A SD não indica e esta equipe não identificou legislação específica para o objeto estudado.

(X) Esta equipe identificou e considerou a(s) legislação(ões) abaixo no presente estudo:

A presente contratação deverá observar as disposições da legislação aplicável à contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, especialmente:

- **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
MUNICÍPIO DE ALCINÓPOLIS**



- **Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021**, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para a Administração Pública;
- Lei 4.680/1965;
- Decreto Federal Nº 57.690/ 1966;
- Decreto Federal Nº 4.563/2002
- Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, previsto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.
- Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011)

LINK.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d57690.htm

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4563.htm

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/l12232.htm

<https://www.jusbrasil.com.br/legislacao/822761/lei-12232-10#art-4-par-1>

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm

2.4 LICITAÇÃO ANTERIOR

Processo Administrativo nº 303/2024.

Concorrência – nº 002/2024.

Contrato nº 119/2024

Contratada: JRA Comunicações LTDA – EPP

VALOR: R\$ 313.028,60 (trezentos e treze mil e vinte e oito reais e sessenta centavos).

Vigência: 10/07/2024 a 10/07/2025.

Objeto: Contratação de empresa para prestação de Serviço de publicidade.

Foram celebrados os seguintes termo aditivos:

I – Termo Aditivo

O ACRÉSCIMO DO OBJETO CONTRATUAL em 25% (vinte e cinco por cento), e valor de R\$ 78.257,15 (setenta e oito mil e duzentos e cinquenta e sete reais e quinze centavos).

Em razão do ajuste deste termo aditivo, o valor global acumulado da contratação (R\$ 313.028,60) passa a ser de R\$ 391.285,75 (trezentos e noventa e um mil e duzentos e oitenta e cinco reais e setenta e cinco centavos).

II – Termo Aditivo

I – A PRORROGAÇÃO da vigência do Contrato Original, com continuidade da Execução de seu objeto, por mais 12 (doze) meses, nos termos da Lei 14.133/21, no período de 11 de julho de 2025 a 10 de julho de 2026.

II – O REAJUSTE DO VALOR CONTRATUAL (em aproximadamente 5,098930%), com base no índice IPCA/IBGE – IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo acumulado nos



**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
MUNICÍPIO DE ALCINÓPOLIS**



últimos 12 (doze) meses, conforme planilha e documentos em anexos, no valor de R\$ 19.951,39 (dezenove mil e novecentos e cinquenta e um reais e trinta e nove centavos). Por força do presente termo aditivo (R\$ 411.237,14), o valor global da contratação (R\$ 391.285,75) passa a ser de R\$ 802.522,89 (oitocentos e dois mil e quinhentos e vinte e dois reais e oitenta e nove centavos)."

3.3.2. Memorial de Consumo

Consumo 2024/2025									
PERIODO	Set/24	Out/24	Nov/24	Dez/24	Jan/25	Fev/25	Mar/25	Abr/25	Total geral por 18 meses (set/2024 - dez/2025) = R\$ 676.375,00
R\$	26.250,00	56.562,50	31.000,00	30.468,75	30.468,75	44.875,00	52.625,00	56.125,00	
PERIODO	Mai/25	Jun/25	Jul/25	Ago/25	Set/25	Out/25	Nov/25	Dez/25	Média 18 meses = R\$ 42.273,44
R\$	15.122,35	24.377,65	60.187,50	44.562,50	46.562,50	49.812,50	54.750,00	52.625,00	

VALOR reajustado
GASTO
2025 (12 meses)
R\$ 532.093,75
Média R\$ 44.341,15

VALOR ESTIMADO PARA
12 MESES
(MÉDIA)
R\$ 620.000,00
Média R\$ 51.666,66

Em comparação ao valor reajustado de R\$ 532.093,75 registrado em 2025, a estimativa para o próximo período apresenta um acréscimo totalizando R\$ 620.000,00. Esse aumento representa uma variação percentual de **aproximadamente 16,5%**, refletindo uma expectativa de crescimento nos gastos ou investimentos mensais, que passam de uma média de R\$ 44.341,15 para R\$ 51.666,66.

A definição do valor estimado baseou-se no histórico de pagamentos realizados nos últimos 12 (doze) meses, utilizado como referência para a determinação da verba de marketing, a qual integra a verba global da área de comunicação institucional. A base orçamentária das ações é indicada pelo Gabinete e formalmente aprovada no Plano de Contratação Anual.



A remuneração dos serviços será fixada com fundamento na Tabela de Referência do SINAPRO-MS 2025 ou outra que a substituir, aplicando-se desconto de 50% (cinquenta por cento), conforme parâmetros praticados em editais anteriores do mercado e orientação do próprio SINAPRO.

O valor estimado para o próximo exercício apresenta incremento em relação ao ano anterior em função da ampliação do escopo contratual, especialmente pela inclusão estruturada, contínua e estratégica de ações de publicidade em mídias sociais e plataformas digitais. Essa expansão demanda a adoção de novas abordagens de comunicação, maior volume de produção de conteúdo digital, gestão permanente de campanhas patrocinadas, monitoramento analítico de desempenho e utilização de ferramentas especializadas, o que eleva a complexidade técnica e operacional dos serviços prestados.

A incorporação desses elementos não apenas amplia o alcance e a efetividade das ações institucionais, como também exige maior dedicação de equipe, planejamento integrado e investimentos em tecnologia e inteligência de dados. Dessa forma, o aumento orçamentário proposto é proporcional, fundamentado e necessário para garantir a execução adequada das atividades previstas e a manutenção da qualidade e consistência das entregas.

De maneira objetiva, o Marketing Digital define o “porquê” e o “para quem”, enquanto a Mídia Digital determina o “onde” e o “como”:

- Marketing Digital (Estratégia): abrange o planejamento completo das ações, incluindo SEO, e-mail marketing, marketing de conteúdo, relacionamento e inbound marketing.
- Mídia Digital (Veiculação): refere-se aos ambientes onde o conteúdo é distribuído, como redes sociais, blogs, sites e plataformas de anúncios.

A execução contratual ocorrerá sob demanda, condicionada à disponibilidade orçamentária e financeira, limitada aos créditos consignados no orçamento da Prefeitura Municipal de Alcinoópolis – MS, observado o respectivo exercício financeiro.

A contratada ficará obrigada a aceitar acréscimos ou supressões quantitativas nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos da legislação vigente.

Em caso de prorrogação contratual, serão consignadas, nos exercícios subsequentes, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao custeio das despesas correspondentes.

2.5 FROTA A SER ATENDIDA (SE FOR O CASO)

- O objeto ora estudado **tem relação com a frota de veículos**, sendo considerada a **relação atualizada anexa**.
- O objeto ora estudado atenderá apenas a demanda em comento, não tendo relação com os demais veículos pertencentes a frota do Município.
- O objeto ora estudado **não tem relação com a frota de veículos**.

2.6 ESCOLHA DA MODALIDADE e NATUREZA

A contratação dos serviços de publicidade deverá ser realizada por meio de licitação na



modalidade Concorrência, do tipo técnica e preço, conforme determina a Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

A escolha da modalidade justifica-se pelo fato de que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual e criativa, exigindo avaliação técnica especializada das propostas apresentadas, não sendo adequado o julgamento exclusivamente pelo menor preço.

Assim, o critério de julgamento técnica e preço permite avaliar simultaneamente a qualidade técnica das propostas, a capacidade criativa da agência e as condições econômicas apresentadas, garantindo a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública. Quanto à natureza da contratação, trata-se de prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda, compreendendo atividades integradas de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, conforme definido na Lei nº 12.232/2010.

2.7 NÃO OPÇÃO DA CONTRATAÇÃO ELETRÔNICA

A presente contratação não será realizada na forma eletrônica, considerando as especificidades previstas na Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Nos termos da referida legislação, o procedimento licitatório para contratação de serviços de publicidade exige etapas próprias, tais como a **apresentação de propostas técnicas, inclusive plano de comunicação publicitária, julgamento por subcomissão técnica especializada e avaliação qualitativa das propostas**, o que demanda procedimentos presenciais e sigilosos para garantir a lisura, a imparcialidade e a correta avaliação das propostas apresentadas.

Além disso, o processo de julgamento envolve análise detalhada de aspectos criativos, estratégicos e técnicos das campanhas propostas, circunstâncias que dificultam a plena adoção de formato exclusivamente eletrônico.

Dessa forma, em razão das particularidades do objeto e da necessidade de observância das regras específicas estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, justifica-se a realização do procedimento licitatório **na forma presencial**, garantindo maior segurança jurídica, transparência e adequada avaliação técnica das propostas.

2.8 SIGILO DO ORÇAMENTO (Art. 24 da Lei nº 14.133/2021)

No presente caso, não será adotado o orçamento sigiloso.

2.9 NECESSIDADE DE CONSOLIDAÇÃO DA DEMANDA PARA TODA A ESTRUTURA:

() No presente caso, verificou-se a necessidade de consolidação da demanda para outras unidades da estrutura e constam as SDs respectivas em anexo.



(X) Após a Solicitação da Demanda, verificou-se que o objeto solicitado é específico da Secretaria demandante e que a aquisição não requer consolidação.

2.10 OUTRAS JUSTIFICATIVAS PERTINENTES AO OBJETO:

A contratação de agência de publicidade e propaganda mostra-se necessária considerando que os serviços demandados possuem natureza técnica e intelectual especializada, exigindo profissionais qualificados nas áreas de planejamento estratégico de comunicação, criação publicitária, produção audiovisual, design gráfico, redação publicitária, mídia e análise de resultados.

Além disso, a execução eficiente das ações de comunicação institucional requer estrutura técnica integrada, capacidade de planejamento estratégico e domínio de ferramentas e tecnologias de comunicação contemporâneas, especialmente no ambiente digital e nas mídias sociais, fatores que demandam equipe multidisciplinar e experiência comprovada no mercado publicitário.

A contratação por intermédio de agência especializada permite ainda maior eficiência na gestão das campanhas institucionais, na negociação com veículos de comunicação, na produção de materiais publicitários e no monitoramento dos resultados das ações desenvolvidas, contribuindo para o melhor aproveitamento dos recursos públicos destinados à comunicação social.

Destaca-se, ainda, que a contratação deverá observar rigorosamente os princípios constitucionais da administração pública, em especial os da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, assegurando que todas as campanhas e peças publicitárias possuam caráter exclusivamente institucional, educativo, informativo ou de orientação social, vedada qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

Dessa forma, a contratação pretendida revela-se medida necessária para garantir comunicação pública estruturada, transparente e eficiente, assegurando à população amplo acesso às informações relativas às ações, programas e serviços desenvolvidos pela Administração Municipal.

3. DA JUSTIFICATIVA/NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO: (inciso I do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/2021)

A presente contratação tem por objetivo atender à necessidade da Prefeitura Municipal de Alcínópolis – MS de promover a adequada comunicação institucional das ações governamentais, assegurando à população o acesso às informações de interesse público relacionadas aos programas, projetos, serviços e campanhas desenvolvidos pela Administração Pública Municipal.



A comunicação pública constitui instrumento essencial para garantir a **transparência administrativa, o acesso à informação e a orientação da população**, contribuindo para o fortalecimento da relação entre o Poder Público e os cidadãos. Nesse contexto, torna-se necessário desenvolver ações estruturadas de comunicação institucional, por meio de campanhas informativas, educativas e de utilidade pública, voltadas à divulgação de serviços e políticas públicas implementadas pelo Município.

Considerando que os serviços de publicidade envolvem atividades técnicas especializadas, tais como **planejamento estratégico de comunicação, criação de peças publicitárias, produção de conteúdo, gestão de mídia, análise de desempenho e desenvolvimento de estratégias de divulgação**, verifica-se a necessidade de contratação de **agência de publicidade e propaganda especializada**, com equipe técnica multidisciplinar e estrutura adequada para atender às demandas da Administração Municipal.

Além disso, a contratação possibilita a **gestão profissional das campanhas institucionais**, incluindo a negociação e intermediação com veículos de comunicação, a produção de materiais publicitários e o monitoramento dos resultados das ações realizadas, garantindo maior eficiência na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação social.

Importante destacar que a publicidade institucional deverá observar rigorosamente os princípios constitucionais da Administração Pública, especialmente os da **legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência**, assegurando que todas as ações de comunicação tenham **caráter exclusivamente institucional, educativo, informativo ou de orientação social**, sendo vedada qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

Dessa forma, a contratação pretendida justifica-se pela necessidade de garantir **comunicação pública eficiente, transparente e alinhada às diretrizes da gestão municipal**, assegurando à população amplo acesso às informações relativas às políticas públicas, serviços e ações desenvolvidas pelo Município.

4. DA ESTIMATIVA DA QUANTIDADE E DA ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA DO OBJETO (inciso IV do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

A estimativa da quantidade do objeto foi definida com base no **histórico de consumo da contratação anterior**, considerando os serviços efetivamente executados no período de setembro de 2024 a dezembro de 2025, bem como a projeção das necessidades institucionais da Administração Municipal para o próximo período.

Conforme levantamento realizado pela unidade demandante, o consumo total no período analisado foi de aproximadamente **R\$ 676.375,00**, com média mensal de **R\$ 44.341,15**, o que serviu como base para a definição da estimativa da nova contratação. A partir dessa análise e considerando a ampliação das estratégias de comunicação institucional, especialmente no



ambiente digital e nas mídias sociais, foi estimado o valor global de **R\$ 620.000,00 (seiscentos e vinte mil reais)** para o período de **12 (doze) meses**, correspondente a uma média mensal aproximada de **R\$ 51.666,66**.

Destaca-se que os serviços serão executados **sob demanda**, conforme as necessidades da Administração Pública Municipal, não havendo definição prévia de quantidade de campanhas ou peças publicitárias, uma vez que tais demandas dependem do planejamento institucional, das ações governamentais e das campanhas de utilidade pública a serem realizadas ao longo da vigência contratual.

Especificação técnica do objeto

O objeto da contratação consiste na **prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades integradas que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Incluem-se ainda como atividades complementares:

I – planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados das campanhas realizadas;

II – produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia;

III – criação e desenvolvimento de estratégias e soluções inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias e plataformas digitais;

IV – planejamento de mídia, compra de espaços publicitários e acompanhamento da veiculação das campanhas;

V – elaboração de relatórios e acompanhamento dos resultados das ações de comunicação institucional.

A execução dos serviços deverá observar as disposições da **Lei nº 12.232/2010**, da **Lei nº 14.133/2021** e demais normas aplicáveis à contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública.

5. DOS REQUISITOS PARA A CONTRATAÇÃO: (inciso III do § 1º do art. 18 da Lei



14.133/2021).

Para a adequada execução do objeto, a empresa a ser contratada deverá atender aos seguintes requisitos técnicos, legais e operacionais:

I – Habilitação jurídica, regularidade fiscal, trabalhista e econômico-financeira, nos termos da Lei nº 14.133/2021, bem como atendimento às exigências previstas no edital e demais documentos do processo licitatório.

II – Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da contratação, mediante apresentação de atestados de capacidade técnica emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado que comprovem a prestação de serviços de publicidade e propaganda.

III – Estrutura técnica e operacional compatível com a execução dos serviços, dispondo de equipe multidisciplinar com profissionais qualificados nas áreas de planejamento de comunicação, criação publicitária, redação, design gráfico, produção audiovisual, mídia e gestão de campanhas.

IV – Atendimento às disposições da Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

V – Capacidade de planejamento estratégico e execução de campanhas institucionais, incluindo desenvolvimento de peças publicitárias, produção de materiais de comunicação, planejamento de mídia, negociação com veículos de comunicação e acompanhamento dos resultados das ações realizadas.

VI – Apresentação de plano de comunicação publicitária, conforme exigências estabelecidas no edital, contendo proposta técnica que permita avaliar a capacidade criativa, estratégica e operacional da licitante.

VII – Observância dos princípios constitucionais da Administração Pública, assegurando que todas as ações de publicidade institucional tenham caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo vedada qualquer forma de promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos.

VIII – Adoção de práticas que garantam a transparência na execução contratual, incluindo apresentação de relatórios de execução dos serviços, comprovação de despesas com produção e veiculação e observância das normas de controle previstas na legislação aplicável.

Dessa forma, os requisitos estabelecidos visam garantir que a empresa contratada possua **capacidade técnica, estrutura operacional e qualificação profissional adequadas** para



atender às necessidades de comunicação institucional da Administração Municipal, assegurando eficiência, qualidade e transparência na execução dos serviços.

5.1 Da forma de solicitação do objeto:

A execução dos serviços será realizada **de forma parcelada e sob demanda**, de acordo com as necessidades da Administração Pública Municipal, mediante emissão de **ordem de serviço ou autorização formal** expedida pela unidade responsável pela gestão do contrato.

As demandas poderão envolver o planejamento, criação, produção e veiculação de campanhas institucionais, peças publicitárias e demais ações de comunicação de interesse público, conforme as prioridades definidas pela Administração Municipal e pelas secretarias demandantes.

Cada solicitação deverá conter, sempre que possível, as informações necessárias à execução do serviço, tais como objetivo da campanha ou ação de comunicação, público-alvo, período de veiculação, meios de divulgação pretendidos e demais orientações técnicas que se fizerem necessárias.

Após o recebimento da solicitação, a agência contratada deverá apresentar **proposta técnica e estimativa de custos**, contemplando os serviços a serem executados, os fornecedores envolvidos, quando houver, bem como o planejamento de mídia e demais elementos necessários para análise e aprovação da Administração.

A execução dos serviços somente poderá ocorrer **mediante autorização prévia e expressa da Administração**, observando-se as disposições contratuais, os limites orçamentários e as normas estabelecidas na **Lei nº 12.232/2010** e na **Lei nº 14.133/2021**.

5.2 Do prazo e do cronograma de entrega dos serviços;

Os serviços objeto da presente contratação terão execução contínua e sob demanda, durante o período de vigência contratual, estimado em 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos da Lei nº 14.133/2021, caso demonstrada a vantajosidade para a Administração.

A execução das atividades ocorrerá mediante ordem de serviço ou autorização formal emitida pela Administração, na qual constarão as especificações da demanda, prazos e demais orientações necessárias para o desenvolvimento das ações de comunicação.

Considerando a natureza dos serviços de publicidade, que envolvem etapas técnicas e criativas, os prazos de execução poderão variar conforme a complexidade de cada demanda, podendo compreender, entre outras, as seguintes fases:

- I – briefing e planejamento da ação de comunicação;
- II – desenvolvimento de proposta criativa e estratégia de mídia, quando aplicável;
- III – produção das peças e materiais publicitários;
- IV – aprovação pela Administração;



- V – veiculação ou divulgação nos meios de comunicação definidos;
VI – acompanhamento e apresentação de relatórios de execução e resultados.

De forma geral, após o recebimento da ordem de serviço, a contratada deverá apresentar proposta técnica e estimativa de custos no prazo previamente acordado com a Administração, considerando a natureza da campanha ou ação solicitada.

Os prazos específicos de entrega, produção ou veiculação serão definidos em cada demanda, observando-se a complexidade do serviço, a urgência da ação institucional e o interesse público envolvido. A contratada deverá garantir agilidade, qualidade técnica e cumprimento dos prazos estabelecidos pela Administração.

5.3. Do local e horário de execução:

Os serviços objeto da presente contratação serão executados de forma remota e/ou nas dependências da Contratada, conforme a natureza das atividades a serem desenvolvidas, podendo ocorrer reuniões, alinhamentos e entregas de materiais junto à Administração Municipal quando necessário.

A coordenação, acompanhamento e aprovação das demandas serão realizados pela Prefeitura Municipal de Alcinópolis – MS, por meio do Gabinete do Prefeito e/ou setor responsável pela comunicação institucional, situado na Rua Maria Barbosa Carneiro, nº 633, Centro, Alcinópolis – MS.

Quando houver necessidade de reuniões presenciais, apresentações de campanhas, entrega de materiais físicos ou demais atividades que demandem comparecimento da Contratada, estas ocorrerão preferencialmente nas dependências da Prefeitura Municipal, em dias úteis, de segunda a sexta-feira, no horário de expediente da Administração, compreendido entre 07h00 às 11h00 e das 13h00 às 17h00, ou em outro horário previamente acordado entre as partes.

A execução dos serviços deverá ocorrer de forma a garantir agilidade no atendimento das demandas da Administração, observando-se os prazos definidos em cada ordem de serviço e as diretrizes estabelecidas pela gestão do contrato.

5.4. Condições de recebimento dos serviços

Observado o disposto no artigo 140 da Lei 14.133/2021, o recebimento do objeto desta contratação será realizado da seguinte forma:

Provisoriamente, mediante termo circunstanciado/recibo, assinado pelas partes em até 3 (três) dias úteis da comunicação escrita à CONTRATADA, para efeito de posterior verificação da conformidade com as especificações;



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
MUNICÍPIO DE ALCINÓPOLIS



000033

Definitivamente, até 15 (quinze) dias corridos contados do recebimento provisório, mediante termo circunstanciado assinado pelas partes, após o decurso do prazo de observação, ou vistoria que comprove a adequação do objeto aos termos contratuais.

O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

O prazo para a solução, pelo Fornecedor, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela CONTRATANTE durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do material nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução O Contrato.

Os bens/serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste documento e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

Quando o objeto for de pronto pagamento, de baixa complexidade e de baixa vultuosidade e de fácil conferência de quantidade e de qualidade, devidamente atestado no Termo de Recebimento, o recebimento provisório se dará também de forma definitiva.

6. DO LEVANTAMENTO DE MERCADO (inciso V do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/2021).

O levantamento de mercado foi realizado com o objetivo de identificar as alternativas existentes para atendimento da necessidade da Administração Pública Municipal, bem como verificar as práticas adotadas por outros órgãos públicos na contratação de serviços de publicidade e propaganda.

Constatou-se que, para atendimento das demandas de comunicação institucional da Administração Pública, o modelo amplamente adotado no setor público consiste na **contratação de agência de publicidade e propaganda especializada**, responsável pela



execução integrada das atividades de planejamento, criação, produção, intermediação e supervisão da execução de campanhas e ações publicitárias.

Verificou-se ainda que a contratação desse tipo de serviço possui **procedimento específico disciplinado pela Lei nº 12.232/2010**, que estabelece normas próprias para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, determinando a realização de **licitação na modalidade concorrência, com julgamento do tipo técnica e preço**.

O levantamento também considerou **contratações similares realizadas por outros entes da Administração Pública**, bem como o histórico da contratação anteriormente realizada pelo Município de Alcinópolis, que demonstrou a viabilidade e adequação do modelo de contratação por intermédio de agência especializada.

Dentre as possíveis alternativas analisadas para atendimento da demanda, destacam-se:

I – **Execução direta pela Administração Pública**: alternativa considerada inviável, tendo em vista a inexistência de estrutura técnica especializada, equipe multidisciplinar e recursos operacionais necessários para planejamento estratégico de comunicação, criação publicitária, produção de materiais e gestão de mídia.

II – **Contratação pontual de fornecedores distintos para cada serviço** (design, produção audiovisual, mídia, entre outros): alternativa considerada menos eficiente do ponto de vista administrativo e operacional, pois exigiria múltiplas contratações e maior esforço de gestão contratual, além de comprometer a integração estratégica das ações de comunicação.

III – **Contratação de agência de publicidade e propaganda especializada**: alternativa considerada **mais adequada e eficiente**, pois permite a execução integrada das atividades de comunicação institucional, garantindo planejamento estratégico, padronização da identidade institucional, maior eficiência na gestão das campanhas e melhor negociação com veículos de comunicação.

Dessa forma, conclui-se que a **contratação de agência de publicidade e propaganda, mediante procedimento licitatório específico**, constitui a solução mais vantajosa para atender às necessidades de comunicação institucional da Administração Municipal, assegurando eficiência, qualidade técnica e adequada gestão dos recursos públicos destinados à publicidade institucional.

6.6 DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO: (inciso VII do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

A solução proposta consiste na **contratação de agência de publicidade e propaganda**



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
MUNICÍPIO DE ALCINÓPOLIS



especializada, por meio de procedimento licitatório, para prestação de serviços técnicos de natureza contínua voltados ao planejamento, desenvolvimento, execução e acompanhamento das ações de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Alcínópolis – MS.

A contratação abrangerá um conjunto integrado de atividades relacionadas à publicidade institucional, compreendendo o **estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa**, bem como a **distribuição e veiculação de campanhas publicitárias nos diversos meios de comunicação**, conforme previsto na **Lei nº 12.232/2010**.

A solução contempla ainda a execução de atividades complementares necessárias ao adequado desenvolvimento das ações de comunicação, tais como:

- I – planejamento estratégico de comunicação institucional;
- II – elaboração de campanhas educativas, informativas e de utilidade pública;
- III – criação e produção de peças publicitárias para diferentes meios e plataformas de comunicação;
- IV – planejamento e execução de estratégias de mídia, incluindo negociação, compra e acompanhamento da veiculação em veículos de comunicação;
- V – produção de conteúdos institucionais para meios impressos, audiovisuais, digitais e redes sociais;
- VI – realização de pesquisas, estudos e instrumentos de avaliação de campanhas e ações de comunicação;
- VII – elaboração de relatórios de acompanhamento e avaliação dos resultados das ações publicitárias.

A execução dos serviços ocorrerá **sob demanda**, conforme as necessidades da Administração Municipal, mediante emissão de ordens de serviço e observando-se os limites orçamentários e as diretrizes institucionais estabelecidas.

A solução proposta permitirá à Administração Pública Municipal **planejar e executar de forma estratégica, integrada e eficiente as ações de comunicação institucional**, assegurando maior transparência, divulgação adequada das políticas públicas e melhor acesso da população às informações de interesse público.

Além disso, a contratação garantirá **padronização da comunicação institucional, maior eficiência na gestão das campanhas publicitárias e melhor utilização dos recursos públicos destinados à publicidade**, em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência previstos na Constituição Federal.

7. DA ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (inciso VI do § 1º da Lei 14.133/21)



ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
MUNICÍPIO DE ALCINÓPOLIS



A estimativa preliminar do valor da contratação foi elaborada com base no histórico de execução contratual do Município de Alcinópolis – MS, considerando os valores efetivamente executados no contrato vigente de prestação de serviços de publicidade institucional, bem como a projeção das necessidades administrativas para o próximo período.

Conforme levantamento realizado, o contrato anterior apresentou gasto aproximado de **R\$ 676.375,00** no período analisado, com média mensal de aproximadamente **R\$ 44.341,15**. Considerando o reajuste contratual aplicado, o valor anual estimado de referência para o exercício de **2025 foi de R\$ 532.093,75**.

Para a nova contratação, foi projetado o valor global estimado de **R\$ 620.000,00 (seiscentos e vinte mil reais)** para o período de **12 (doze) meses**, correspondendo a uma média mensal aproximada de **R\$ 51.666,66**.

O acréscimo em relação ao período anterior justifica-se pela ampliação das estratégias de comunicação institucional, especialmente pela inclusão estruturada de ações voltadas às **mídias digitais e redes sociais**, que demandam maior volume de produção de conteúdo, planejamento de campanhas patrocinadas, monitoramento de desempenho e utilização de ferramentas especializadas de comunicação.

Ressalta-se que os serviços serão executados **sob demanda**, de acordo com as necessidades da Administração Municipal e condicionados à disponibilidade orçamentária e financeira, respeitados os limites previstos na legislação vigente.

Importante destacar que a presente estimativa possui **caráter preliminar**, destinada à análise de viabilidade da contratação, sendo que a **pesquisa de preços detalhada para composição do orçamento estimativo da licitação será realizada posteriormente**, na fase de elaboração do Termo de Referência, nos termos do **art. 23 da Lei nº 14.133/2021**.

8. DA JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO (inciso VIII do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

A solução objeto da presente contratação não será parcelada, tendo em vista a natureza integrada dos serviços de publicidade e propaganda, os quais demandam planejamento estratégico unificado, padronização da comunicação institucional e gestão centralizada das ações de divulgação da Administração Pública Municipal.

Os serviços de publicidade envolvem um conjunto de atividades interdependentes, tais como planejamento de comunicação, criação publicitária, produção de peças, planejamento e compra de mídia, acompanhamento de campanhas e avaliação de resultados. A fragmentação dessas atividades entre diferentes fornecedores poderia comprometer a



coerência da comunicação institucional, a eficiência na execução das campanhas e a padronização da identidade visual e das mensagens institucionais.

Além disso, a contratação de uma única agência especializada possibilita maior eficiência administrativa, melhor coordenação das estratégias de comunicação e maior economicidade na negociação com fornecedores e veículos de comunicação, garantindo a integração das ações e a otimização dos recursos públicos destinados à publicidade institucional.

Ressalta-se ainda que a Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, prevê a contratação de agências de propaganda para execução integrada dos serviços publicitários, reforçando a necessidade de tratamento do objeto como solução única e indivisível.

Dessa forma, conclui-se que o não parcelamento da solução mostra-se tecnicamente mais adequado e administrativamente mais eficiente, assegurando melhor gestão das ações de comunicação institucional e maior efetividade na divulgação das políticas públicas e serviços ofertados à população.

9. DO DEMONSTRATIVO DO RESULTADO PRETENDIDO EM TERMO DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS E FINANCEIROS DISPONÍVEIS (inciso IX do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

A contratação de agência de publicidade e propaganda tem como objetivo assegurar maior eficiência na gestão das ações de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Alcinópolis – MS, promovendo o uso racional e estratégico dos recursos públicos destinados à divulgação das políticas públicas, programas, serviços e campanhas de interesse da população.

A adoção desse modelo de contratação possibilita à Administração contar com **estrutura técnica especializada e equipe multidisciplinar**, composta por profissionais qualificados nas áreas de planejamento estratégico de comunicação, criação publicitária, produção de conteúdo, design, mídia e análise de desempenho, o que contribui para elevar a qualidade técnica das campanhas institucionais e ampliar o alcance das informações de interesse público.

Sob o aspecto da **economicidade**, a contratação de agência especializada permite melhor gestão dos recursos financeiros destinados à publicidade institucional, uma vez que a empresa contratada atuará na **negociação e intermediação junto aos veículos de comunicação e fornecedores**, buscando as condições mais vantajosas para a Administração, além de possibilitar planejamento adequado das campanhas e melhor distribuição dos investimentos em mídia.

No que se refere ao **aproveitamento dos recursos humanos**, a solução evita a necessidade



de estruturação de equipe própria especializada no âmbito da Administração Municipal, o que demandaria contratação de diversos profissionais, aquisição de equipamentos e capacitação técnica, gerando custos adicionais e complexidade administrativa.

Quanto ao **aproveitamento dos recursos materiais e tecnológicos**, a agência contratada disponibilizará as ferramentas, metodologias e tecnologias necessárias ao planejamento, criação e execução das ações de comunicação, incluindo soluções voltadas ao ambiente digital, mídias sociais e monitoramento de desempenho das campanhas.

Dessa forma, a contratação pretendida proporcionará **melhor planejamento, execução e controle das ações de comunicação institucional**, contribuindo para maior eficiência administrativa, otimização dos recursos públicos e ampliação do acesso da população às informações de interesse coletivo, em conformidade com os princípios da economicidade, eficiência e transparência que regem a Administração Pública.

10. DAS PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO OU DOCUMENTO EQUIVALENTE (inciso X do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

- () O objeto estudado **não requer providências a serem adotadas previamente à assinatura do contrato ou documento equivalente.**
- (X) O objeto estudado **requer providências prévias à assinatura do contrato ou documento equivalente** abaixo descritas para a sua correta e eficiente operacionalização.

Para a adequada formalização e execução da contratação pretendida, deverão ser adotadas previamente pela Administração Pública Municipal as seguintes providências administrativas e técnicas:

- I – **constituição de Subcomissão Técnica**, responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, nos termos do **art. 10 da Lei nº 12.232/2010**;
- II – designação de **gestor e fiscais do contrato**, responsáveis pelo acompanhamento, fiscalização e controle da execução contratual, nos termos da **Lei nº 14.133/2021**;
- III – verificação da **disponibilidade orçamentária** para atendimento das despesas decorrentes da contratação, bem como a indicação da dotação orçamentária correspondente;
- IV – elaboração e publicação do **edital de licitação**, contendo as condições de participação, critérios de julgamento, exigências de habilitação e demais regras aplicáveis ao certame;
- V – adoção das medidas necessárias para garantir a **transparência e publicidade do processo licitatório**, incluindo a divulgação dos atos no Portal da Transparência, Diário Oficial e demais meios exigidos pela legislação vigente.

Após a conclusão do procedimento licitatório e a homologação do certame, será realizada a **formalização do contrato administrativo** com a empresa vencedora, observando-se as disposições legais aplicáveis e as condições estabelecidas no edital e seus anexos.



11. DAS CONTRATAÇÕES CORRELATAS e/ou INTERDEPENDENTES (inciso XI do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

(X) O objeto ora estudado **não exige contratação correlata** para a sua imediata operacionalização.

() O objeto ora estudado **exige contratação correlata** para a viabilizar a sua manutenção, assistência técnica ou instalação, que ocorrerá através de processo em andamento ou a ser formalizado, nos termos abaixo expostos:

Após análise das necessidades administrativas e do escopo do objeto pretendido, verificou-se que **não há contratações correlatas ou interdependentes** diretamente vinculadas à presente contratação que possam impactar ou condicionar a execução do objeto.

Os serviços de publicidade e propaganda serão executados por intermédio de **agência de publicidade especializada**, a qual poderá, quando necessário, realizar a contratação de fornecedores especializados para execução de serviços complementares, tais como produção gráfica, produção audiovisual, pesquisas de opinião, serviços de fotografia, impressão de materiais, entre outros, conforme previsto na **Lei nº 12.232/2010**.

Ressalta-se que tais contratações de fornecedores ocorrerão **sob a supervisão da agência contratada e mediante prévia aprovação da Administração**, observando-se os procedimentos de cotação e apresentação de orçamentos estabelecidos na legislação aplicável e nas condições contratuais.

Dessa forma, conclui-se que a **presente contratação possui natureza autônoma**, não dependendo da formalização prévia de outras contratações administrativas para sua execução, sem prejuízo da eventual contratação de serviços complementares no âmbito da execução das campanhas e ações publicitárias institucionais.

12. DO ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO (inciso II do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

A contratação pretendida encontra-se **devidamente alinhada ao planejamento estratégico da Administração Pública Municipal**, estando prevista no **Plano de Contratações Anual (PCA)** do Município de Alcinópolis – MS, instrumento que consolida as necessidades de aquisições e contratações dos órgãos e entidades da Administração Pública para o respectivo exercício.

Conforme verificado, a presente demanda está registrada no **Plano de Contratações Anual**, publicado no **Diário Oficial Eletrônico do Município**, disponível no seguinte endereço eletrônico:



Link da publicação:

<https://www.alcinopolis.ms.gov.br/site/wp-content/uploads/2025/12/Diario-Oficial-Eletronico-Edicao-no-2.018-30-12-25.pdf>

Página: 05

Item: 30

A inclusão da contratação no Plano de Contratações Anual demonstra que a demanda foi previamente planejada pela Administração, considerando as necessidades institucionais relacionadas à **divulgação das ações governamentais, campanhas educativas, informativas e de utilidade pública**, bem como à promoção da transparência e do acesso da população às informações de interesse público.

Dessa forma, verifica-se que a contratação está **compatível com o planejamento administrativo e orçamentário do Município**, contribuindo para a execução das políticas públicas e para o fortalecimento da comunicação institucional da Administração Municipal.

13. DO GERENCIAMENTO DE RISCOS

() Os riscos ordinários, comuns a toda contratação, a exemplo da possibilidade de entrega do objeto fora das especificações técnicas pertinentes ou fora do prazo, não serão pontuados na presente análise de riscos, porquanto se encontram previstos no plano básico de fiscalização e a equipe não identificou outros riscos que mereçam ora ser pontuados.

(X) O presente estudo **identificou os riscos abaixo relacionados**, cujas ações, se pertinentes à execução do contrato, devem ser consideradas no plano de ação dos fiscais de contratos,

O gerenciamento de riscos tem como finalidade identificar, analisar e tratar possíveis eventos que possam comprometer o alcance dos objetivos da contratação, garantindo maior segurança, eficiência e transparência na execução do objeto.

Considerando a natureza dos serviços de publicidade e propaganda, foram identificados os principais riscos relacionados à contratação e execução dos serviços, bem como as medidas de mitigação a serem adotadas pela Administração:

I – Risco de inadequação das campanhas às diretrizes institucionais
Possível causa: falhas no alinhamento entre a Administração e a agência contratada quanto aos objetivos da comunicação institucional.
Medidas de mitigação: elaboração de briefing detalhado para cada campanha, acompanhamento permanente pelo gestor e fiscal do contrato e aprovação prévia das peças publicitárias pela Administração.



II – Risco de descumprimento de prazos na execução das campanhas e peças publicitárias

Possível causa: falhas no planejamento ou na gestão das demandas pela contratada.
Medidas de mitigação: definição de prazos claros nas ordens de serviço, acompanhamento contínuo da execução e aplicação das penalidades contratuais em caso de descumprimento injustificado.

III – Risco de utilização inadequada dos recursos destinados à publicidade institucional

Possível causa: planejamento inadequado das campanhas ou falhas no controle da execução financeira.

Medidas de mitigação: exigência de apresentação prévia de estimativas de custos, aprovação formal pela Administração antes da execução das despesas e apresentação de relatórios de execução e comprovação das despesas realizadas.

IV – Risco de veiculação de conteúdo que caracterize promoção pessoal de autoridades ou agentes públicos

Possível causa: inadequação das peças publicitárias aos princípios constitucionais da Administração Pública.

Medidas de mitigação: análise prévia das campanhas pela Administração, observância rigorosa dos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, bem como das normas aplicáveis à publicidade institucional.

V – Risco de falhas na comprovação da veiculação das campanhas publicitárias

Possível causa: ausência de controle adequado da execução da mídia contratada.
Medidas de mitigação: exigência de relatórios de veiculação, comprovação documental dos serviços prestados e, quando necessário, utilização de serviços de auditoria ou checagem de mídia.

Dessa forma, a adoção das medidas de gerenciamento de riscos contribui para **reduzir a probabilidade de ocorrência de falhas na execução contratual**, assegurando maior controle administrativo, transparência e eficiência na utilização dos recursos públicos destinados à comunicação institucional.

Somadas as ações dispostas no plano básico de fiscalização:

14.1 PLANO BÁSICO DE FISCALIZAÇÃO:

O Plano Básico de Fiscalização, devidamente aprovado pela OT nº001/2022, ou o normativo que o substituir.

PLANO BÁSICO DE FISCALIZAÇÃO



Em atenção às ações necessárias ao aprimoramento da fiscalização de contratos, e na intenção de estabelecer um plano de atuação comum a qualquer contratação de bens ou produtos, que deve ser de conhecimento dos servidores que atuam como fiscais e gestores de contratos, esta controladoria recomendou a inserção do presente documento em todos os Estudos Técnicos Preliminares, e requer que até a divulgação de plano básico de fiscalização para contratos de obras, o presente plano seja aplicado também aos objetos de obras e serviços de engenharia, no que couber.

Riscos pontuais ao objeto estudado na contratação deverão ser relatados no gerenciamento de riscos do processo e novas ações poderão ser inseridas no plano de fiscalização.

O fiscal designado para a fiscalização deverá:

1. Atestar no verso das Notas fiscais juntamente com outro servidor, que o produto ou o serviço foi entregue em consonância com o pactuado no Contrato e Edital. O atesto presume o fiel cumprimento do pactuado, em quantidade e qualidade e havendo alguma observação ou ressalva, o fiscal deverá anotar no anverso do respectivo documento, quando da sua assinatura.
2. Se o fiscal não puder estar presente no ato da entrega da mercadoria deverá lançar no seu atesto a observação que atesta o recebimento com base nas informações prestadas pelo outro servidor que recebeu a mercadoria à época.
3. Diante de grande quantidade de itens, havendo necessidade de devolução da mercadoria após o recebimento provisório que se dará no atesto da Nota Fiscal respectiva, o fato deverá ser lançado em relatório e sugerida notificação a empresa, sendo este entregue imediatamente ao gestor de contratos.
4. Diante de entrega fora do prazo pactuado no processo, o fiscal deverá destacar em relatório, informar o preposto através de e-mail que a reincidência ensejará em notificação, juntando cópia do referido e-mail ao respectivo relatório. Se o atraso for superior a 03 dias uteis ou mesmo inferior, houver ocasionado prejuízos à administração, o fiscal deverá relatar o fato e sugerir ao gestor notificação imediata do contratado.
5. Não havendo nada a pontuar durante a vigência do contrato, o fiscal deverá emitir relatório ao final da vigência contratual informando se o prazo de entrega e a especificação técnica foi atendida de forma constante e se o contratado cumpriu de forma eficiente o pactuado, declarando se entende viável o aditamento contratual, se for o caso.
6. O fiscal deverá anuir na solicitação de prorrogação do contrato, pontuando quando não entender pertinente, cabendo a autoridade máxima a decisão final acerca da formalização do aditivo.
7. Se tratando de prestação de serviços, o fiscal deverá anuir com o relatado no relatório mensal de prestação de serviços e se discordar de disposição lançada pela contratada, deverá destacar de próprio punho no relatório ou formalizar relatório de sua iniciativa.



8. Não havendo no edital validade mínima determinada para os produtos entregues, se o fiscal verificar a habitualidade de entregas de produtos próximos do vencimento do prazo de validade, deve relatar em contrato e solicitar a notificação da empresa.

9. Quando o fiscal sugerir a notificação da empresa, deve relatar no próximo mês se a sua sugestão foi atendida, bem como no relatório final do contrato.

10. Todas as solicitações e orientações repassadas pelo fiscal de contrato ao preposto da empresa devem ser inseridas em relatório do fiscal ao final do mês, com resumo das providências que foram adotadas pelo contratado na solução de problemática posta.

11. No caso de obras, se o fiscal verificar que o responsável técnico pela obra não permanece no local, deixando a obra apenas com encarregado, deve entrar em contato com o preposto da empresa via e-mail e na reiteração da ocorrência, deve relatar o fato para viabilizar a formalização de notificação.

12. No caso de obras mais vultuosas ou de desenvolvimento complexo, havendo dificuldade no desenvolvimento das atribuições de fiscalização, o fiscal deve sugerir à administração a contratação de fiscais de "fora do quadro" para auxiliar no acompanhamento da obra, relatando as dificuldades detectadas em relatório e a complexidade encontrada.

15. DOS POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS DE TRATAMENTO (inciso XII do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

() Para o objeto estudado **não foram identificados danos passíveis de registro.**

(X) Para o objeto estudado **foram identificados os impactos e as medidas de tratamento abaixo relatados:**

Considerando a natureza do objeto, que envolve a prestação de serviços de publicidade e propaganda, os impactos ambientais diretos tendem a ser reduzidos, uma vez que grande parte das atividades será realizada por meio de processos criativos, planejamento estratégico e produção de conteúdos digitais.

Entretanto, determinadas ações relacionadas à execução de campanhas publicitárias podem envolver a produção de materiais físicos, tais como impressos, banners, faixas, materiais gráficos e audiovisuais, que podem gerar impactos ambientais relacionados ao consumo de papel, tinta, energia e à geração de resíduos.

Diante disso, deverão ser observadas, sempre que possível, práticas voltadas à **sustentabilidade e à redução de impactos ambientais**, tais como:

I – priorização do uso de **mídias digitais e meios eletrônicos de divulgação**, reduzindo a necessidade de produção de materiais impressos;

II – utilização de **materiais recicláveis ou provenientes de fontes sustentáveis**, quando houver produção de materiais gráficos ou promocionais;

III – incentivo à **redução do desperdício de materiais** e à adequada destinação de resíduos provenientes de peças publicitárias físicas;



- IV – priorização de fornecedores que adotem **boas práticas ambientais e processos produtivos sustentáveis**, sempre que tecnicamente possível;
- V – adoção de soluções tecnológicas que promovam **maior eficiência no uso de recursos naturais**, especialmente no desenvolvimento de peças digitais e audiovisuais.

Dessa forma, embora os impactos ambientais decorrentes da contratação sejam considerados **de baixa relevância**, a adoção das medidas indicadas contribuirá para a promoção de práticas sustentáveis e para a redução de possíveis impactos ambientais associados às atividades de comunicação institucional

16. DA DECLARAÇÃO DA VIABILIDADE (OU NÃO) DA CONTRATAÇÃO (inciso XIII do § 1º do art. 18 da Lei 14.133/21)

Com base no presente estudo técnico **DECLARAMOS A VIABILIDADE** da contratação nos termos solicitados na respectiva SD e ora justificados.

Pelas razões abaixo expostas **declara-se a INVIABILIDADE** da presente contratação.

Pelas razões abaixo expostas esta equipe entende pela necessidade de **ALTERAÇÃO DA VIABILIDADE**:

17. DA EQUIPE TÉCNICA

João Abadio Neto

Clebiane Pereira Narcizo

18. DA AUTORIZAÇÃO DO SECRETÁRIO DEMANDANTE

JOÃO ABADIO DE OLIVEIRA NETO
Secretário de Governo de Gestão Estratégica
Portaria nº 004/2025

Alcinópolis-MS, 24 de fevereiro de 2026.