Fls. 68

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR
{INCISO XX, ART. 6º, LEI 14.133/2021[1]}.

1. DA DEFINIÇÃO DO OBJETO[2]:

1.1 O presente Estudo Técnico Preliminar tem por objeto a a contratação de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar serviços, programas, ações, campanhas e projetos de interesse da **Câmara Municipal de Alcinópolis-MS**, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme condições, especificações e quantidades estabelecidas neste Estudo Técnico Preliminar.

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

1.3. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do instrumento contratual, podendo ser prorrogado conforme a legislação vigente.

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

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO[3]:

2.1. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE

2.1.1. A Câmara Municipal de Alcinópolis-MS, no desempenho de suas competências constitucionais e legais, tem o dever de promover a divulgação eficiente de seus atos oficiais, proposições legislativas, campanhas institucionais e demais informações de interesse público. Tal medida visa assegurar a transparência na gestão pública, bem como garantir à sociedade o pleno acesso às atividades desenvolvidas pelo Poder Legislativo, fortalecendo a participação cidadã e o controle social.

2.1.2. Para que a comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS seja realizada de forma eficaz, planejada e alinhada aos princípios que regem a Administração Pública, faz-se necessária a atuação de profissionais qualificados na área de comunicação pública. Esses profissionais são essenciais para a elaboração de estratégias adequadas, definição de linguagem compatível com os diferentes públicos, seleção dos canais mais apropriados de divulgação e desenvolvimento de conteúdos institucionais com qualidade técnica e clareza informativa.

---

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

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

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

2.1.3. Os serviços a serem contratados envolvem um conjunto articulado de atividades técnicas, abrangendo desde estudos e planejamento estratégico até a criação, produção, execução, acompanhamento e veiculação de campanhas informativas em diferentes meios de comunicação. A realização dessas etapas exige conhecimento especializado e estrutura técnica compatível, atualmente não disponíveis no quadro funcional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS.

2.1.4. A não contratação de empresa especializada poderá comprometer a eficiência da comunicação institucional, limitando a disseminação das informações de interesse público e dificultando a observância do princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal. Dessa forma, a contratação se justifica como medida necessária para garantir a adequada divulgação das ações legislativas, bem como para fortalecer a transparência e a interação entre o Poder Legislativo e a população.

2.1.5. Os serviços a serem contratados envolvem um conjunto articulado de atividades técnicas, abrangendo desde estudos e planejamento estratégico até a criação, produção, execução, acompanhamento e veiculação de campanhas informativas em diferentes meios de comunicação. A realização dessas etapas exige conhecimento especializado, domínio de ferramentas tecnológicas e estrutura técnica compatível, atualmente não disponíveis no quadro funcional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS. Ademais, a atuação integrada dessas atividades permite maior padronização da comunicação institucional, garantindo coerência na identidade visual, na linguagem adotada e na transmissão das informações ao público.

2.1.6. A não contratação de empresa especializada poderá comprometer a eficiência da comunicação institucional, limitando a disseminação das informações de interesse público e dificultando a observância do princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal. Tal cenário pode resultar em baixa efetividade das ações institucionais, reduzido alcance junto à população e fragilidade na transparência administrativa. Nesse contexto, a contratação se mostra indispensável para assegurar ampla divulgação das ações legislativas, fortalecer a transparência pública, ampliar a participação social e garantir maior eficiência na gestão da informação institucional.

2.2. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO

2.2.1. A contratação de agência de propaganda especializada justifica-se pela necessidade de execução de serviços técnicos de caráter eminentemente intelectual, com enfoque criativo, estratégico e integrado, conforme dispõe a Lei nº 12.232/2010, em harmonia com os princípios e diretrizes estabelecidos pela Lei nº 14.133/2021.

2.2.2. A comunicação institucional não se limita à mera divulgação de atos oficiais, configurando-se como ferramenta estratégica de gestão pública voltada à orientação da sociedade, à ampla divulgação dos serviços prestados, ao estímulo à participação cidadã e à difusão de informações de interesse coletivo, como audiências públicas, proposições legislativas, campanhas educativas e outras iniciativas institucionais.

2.2.3. A execução dessas atividades demanda capacitação técnica específica nas áreas de planejamento de mídia, criação publicitária, design gráfico, elaboração de conteúdo institucional e definição de estratégias de comunicação. Tais competências exigem formação especializada e experiência prática, não sendo viável sua realização direta pela Administração sem comprometer o desempenho das atribuições regulares dos servidores e a eficiência da gestão pública.

2.2.4. Além disso, a comunicação institucional desempenha papel relevante na promoção da transparência dos atos administrativos, no fortalecimento da identidade e credibilidade do órgão público e na efetivação dos princípios da publicidade e da eficiência, conforme estabelecido no art. 37 da Constituição Federal.

Fls. 10

2.2.5. A veiculação das ações institucionais ocorrerá por meio de diversos canais de comunicação, incluindo rádio, mídia impressa, plataformas digitais, redes sociais e portais eletrônicos, entre outros. Essa diversidade de meios permite ampliar significativamente o alcance das informações legislativas, assegurando maior capilaridade na comunicação e reforçando seu caráter informativo, educativo e de orientação à sociedade.

2.2.6. Nesse contexto, a contratação mostra-se alinhada ao interesse público, ao viabilizar uma comunicação institucional estruturada, estratégica e conduzida com profissionalismo, observando os princípios da impessoalidade e da transparência, além de garantir o amplo acesso da população às informações, em conformidade com a legislação vigente.

2.3. JUSTIFICATIVA PARA O MODELO DE CONTRATAÇÃO

2.3.1. A contratação de serviços de publicidade e propaganda deve ser realizada em estrita observância às diretrizes previstas na Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações nesse segmento, em alinhamento com os preceitos estabelecidos pela Lei nº 14.133/2021.

2.3.2. Nos termos da legislação vigente, a seleção da agência de propaganda deve ser realizada por meio de licitação na modalidade concorrência, com adoção do critério de julgamento por técnica e preço. Tal procedimento justifica-se em razão da natureza essencialmente intelectual, criativa e estratégica desses serviços, cuja adequada avaliação exige a análise conjunta de aspectos qualitativos e quantitativos, não sendo suficiente a adoção exclusiva do menor preço como parâmetro de escolha.

2.3.3. A adoção desse modelo de contratação fundamenta-se na necessidade de selecionar proposta que alie viabilidade econômica à efetiva capacidade técnica da agência, comprovada por meio de experiência anterior, qualificação profissional da equipe e portfólio compatível com o objeto. Tais requisitos são indispensáveis para a elaboração e execução de campanhas publicitárias eficientes, em consonância com os princípios da Administração Pública e voltadas ao atendimento do interesse coletivo.

2.3.4. Ressalta-se, ainda, que a avaliação das propostas técnicas será realizada por comissão especialmente designada, composta por profissionais com conhecimento na área, garantindo análise criteriosa, objetiva e fundamentada dos aspectos qualitativos apresentados pelas licitantes. Esse procedimento assegura maior transparência, isonomia entre os participantes e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, considerando não apenas o preço, mas também a qualidade e a adequação técnica dos serviços ofertados.

2.3.5. Ademais, a utilização da modalidade concorrência, com julgamento baseado nos critérios de técnica e preço, favorece a ampliação da competitividade entre os participantes, assegura maior transparência ao processo licitatório e permite à Administração identificar a proposta mais vantajosa, considerando de forma equilibrada os aspectos de economicidade e qualidade técnica dos serviços a serem prestados.

2.3.5. Dessa maneira, o modelo de contratação adotado encontra amparo na legislação vigente, está alinhado às particularidades do objeto e se apresenta como a alternativa mais adequada para assegurar a eficiência e a efetividade da comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS.

3. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL[4]:

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

3.1. A presente contratação encontra-se devidamente inserida no Plano de Contratações Anual (PCA) do exercício de 2026 da Câmara Municipal de Alcinópolis/MS, em conformidade com o planejamento institucional e com as disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, conforme publicação do Diário Oficial Eletrônico nº 2.105 de 18 de maio de 2026.

4. DESCRIÇÃO DETALHADA DOS SERVIÇOS:

4.1. Desenvolvimento de ações publicitárias voltadas à divulgação institucional dos atos, projetos, programas, campanhas educativas, eventos, serviços e demais atividades promovidas pela Câmara Municipal de Alcinópolis/MS, com o objetivo de garantir transparência, informação e conscientização da população, em conformidade com as orientações da Assessoria/Secretaria de Comunicação.

4.2. Prestação de Serviços de Publicidade Integrada: Compreende o planejamento estratégico de comunicação, criação de conceitos e campanhas publicitárias, elaboração de peças institucionais, coordenação e acompanhamento da execução interna e externa das ações, bem como a intermediação junto a fornecedores e veículos de comunicação, buscando assegurar eficiência, alcance e efetividade na divulgação das informações de interesse público.

4.3. Estudos, Pesquisas e Avaliações: Abrange a realização de levantamentos de opinião pública, análises de desempenho das campanhas institucionais, estudos de mídia, comportamento do público-alvo e demais diagnósticos necessários ao aperfeiçoamento das estratégias de comunicação e ao fortalecimento da relação entre a Câmara Municipal e a sociedade.

4.4. Produção de Conteúdo e Materiais Técnicos: Inclui a criação e produção de materiais publicitários e institucionais em diferentes formatos e plataformas, tais como vídeos, spots de rádio, artes gráficas, conteúdos digitais, materiais impressos, publicações eletrônicas, outdoors, banners e demais instrumentos de comunicação, observadas as necessidades específicas de cada ação institucional.

4.5. Modernização e Inovação na Comunicação Institucional: Consiste na implementação de soluções e formatos inovadores de comunicação, com utilização de ferramentas digitais, recursos multimídia e novas tecnologias, visando ampliar o alcance das campanhas, incentivar a participação social e tornar mais eficiente a disseminação das informações institucionais.

4.6. Execução dos Serviços sob Coordenação da Câmara Municipal: Os serviços serão executados de acordo com as demandas e orientações da Câmara Municipal de Alcinópolis/MS, por meio da Assessoria/Secretaria responsável pela comunicação institucional, observando-se as disposições da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 12.232/2010 e demais normas aplicáveis à **contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública:**

4.6.1. Contratação de Serviços Especializados: Possibilidade de contratação de fornecedores especializados para execução de serviços técnicos, produção audiovisual, gráfica, digital e demais atividades complementares necessárias à realização das campanhas e ações publicitárias institucionais.

4.6.2. Utilização de Veículos e Meios de Comunicação: Compreende a aquisição e gestão de espaços e inserções publicitárias em veículos de comunicação e mídias diversas, inclusive rádio, televisão, jornais, revistas, portais eletrônicos, redes sociais e demais meios adequados, visando assegurar ampla divulgação e efetivo alcance das campanhas institucionais.

MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO[5]:

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

Fls. 72

5.1. CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO OBJETO:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.2.4. Em caso de **controvérsia quanto à execução dos serviços**, especialmente quanto à adequação do conteúdo, alcance, formato ou veiculação, observar-se-á o disposto no art. 143 da Lei nº 14.133/2021, devendo a CONTRATADA ser formalmente comunicada para emissão de

Fls 73

Nota Fiscal referente à **parcela incontroversa**, permitindo a liquidação e o pagamento parcial dos serviços executados.

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

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

6. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES E MEMÓRIAS DE CÁLCULO[6]:

6.1. Histórico Contratual da Tomada de Preços nº **002/2021:**

6.1.1. A Câmara Municipal de Alcinópolis/MS realizou o procedimento licitatório na modalidade Tomada de Preços nº 002/2021, do qual resultou a contratação da empresa JRA COMUNICAÇÕES LTDA., responsável pela execução de serviços especializados de publicidade e propaganda, com vistas ao atendimento das demandas institucionais de comunicação do Poder Legislativo Municipal.

6.1.2. O instrumento contratual firmado tem sido regularmente prorrogado, em conformidade com a legislação aplicável, encontrando-se atualmente em plena vigência, com término previsto para 01/07/2026, conforme evidenciado a seguir:

TIPO	VIGÊNCIA	VALOR (R$)
CONTRATO Nº 004/2021	01/07/2021 a 01/07/2022	185.760,00
TA Nº 001/2022	01/07/2022 a 01/07/2023	185.760,00
TA DE VALOR	01/07/2022 a 01/07/2023	46.440,00
TA 002/2023	01/07/2023 a 01/07/2024	232.200,00
TA 004/2024	01/07/2024 a 01/07/2025	232.200,00
TA 005/2025	01/07/2025 a 01/07/2026	242.385,74
TOTAL (R$):		1.124.000,74

6.2. Para o exercício de 2026, a Câmara Municipal de Alcinópolis-MS, à luz de sua programação orçamentária anual, projeta o investimento de **R$ 300.000,00 (trezentos mil reais)** destinado à contratação de serviços de publicidade e propaganda institucional. Tal estimativa decorre de levantamento técnico de necessidades, aliado à avaliação de referências praticadas no mercado, ao histórico de contratações análogas no âmbito da Administração Pública e a consultas junto a veículos de comunicação de abrangência local e regional. Ressalta-se que o valor previsto observa a disponibilidade orçamentária do Poder Legislativo, bem como a imprescindibilidade de garantir a adequada divulgação das ações, programas, serviços e iniciativas de interesse coletivo.

6.3. A revisão do valor estimado para a nova contratação de agência de publicidade e propaganda justifica-se pela ampliação das demandas de comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis/MS, aliada à atualização dos valores praticados pelos veículos de comunicação nos mercados local e regional, refletindo as condições atuais do setor.

---

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

Fls. 14

6.4. Constatou-se que o valor anteriormente estimado para a contratação dos serviços de publicidade não mais reflete a realidade atual, tendo em vista que foi baseado em parâmetros de mercado vigentes à época da última contratação, realizada em 2021. Ademais, observa-se a expansão do número de veículos de comunicação atuantes nos contextos local e regional, o que impõe a necessidade de ampliar e diversificar os canais de divulgação das ações legislativas, com o objetivo de potencializar o alcance e a efetividade da comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS.

6.5. A atualização do valor estimado fundamenta-se, ainda, nos reajustes periódicos incidentes sobre as tabelas de preços praticadas pelos veículos de comunicação, bem como na adoção da **Tabela de Custos Referenciais para Serviços de Publicidade do SINAPRO/MS – Edição 2026**, a qual contempla, entre outros aspectos, os honorários técnicos das agências especializadas. À vista da análise técnica empreendida e da compatibilização com a disponibilidade orçamentária existente, estabeleceu-se o montante de R$ 300.000,00 (trezentos mil reais) como parâmetro anual para a nova contratação.

6.6. Destaca-se que a readequação dos valores visa assegurar a plena execução das campanhas institucionais, com incremento de alcance e aprimoramento da qualidade das ações de comunicação, de modo a garantir que as atividades legislativas sejam divulgadas à população com clareza, transparência e eficiência.

6.7. A projeção anual de custos para a contratação dos serviços de publicidade institucional foi fixada em R$ 300.000,00 (trezentos mil reais), tendo como fundamento o Documento de Formalização de Demanda (DFD), as requisições encaminhadas pelos setores internos da Câmara e os referenciais estabelecidos pela Tabela SINAPRO/MS.

6.8. Projeção da demanda e quantitativos mensais estimados para a execução dos serviços.

6.9. Estimativa de Quantidade e Demanda Mensal.

SERVIÇOS CONTRATADOS NO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO ANTERIOR, conforme 3º Termo Aditivo

Item	Descrição	Quantidade / Frequência	Valor Médio Mensal (R$)
a)	Veiculação em Rádio	80 inserções mensais de 30/40 segundos em 01 rádio local	6.850,00
b)	Veiculação em Sites	5 inserções semanais em 7 sites regionais locais	10.865,00
d)	Produção Audiovisual	vídeos, áudios, entre outros para a mídia em redes sociais	2.850,00
e)	Produção Gráfica	Banners, adesivos, impressões, entre outros	435,00
		VALOR MENSAL ESTIMADO	21.000,00

Estimativa Mensal de Demanda – Valores Atualizados

Item	Descrição	Quantidade / Frequência	Valor Médio Mensal (R$)
a)	Veiculação em Rádio	120 inserções mensais de 30/40 segundos em 01 rádio local	7.545,00

Fls. 73

Item	Descrição	Quantidade / Frequência	Valor Médio Mensal (R$)
b)	Veiculação em Sites	5 inserções semanais em 10 sites regionais locais	12.485,00
d)	Produção Audiovisual	vídeos, áudios, entre outros para a mídia em redes sociais	4.150,00
e)	Produção Gráfica	Banners, adesivos, impressões, entre outros	820,00
		VALOR MENSAL ESTIMADO	25.000,00

6.9.1. Total Mensal Estimado: R$ 25.000,00 (vinte e cinco mil).

6.9.2. Total Anual Estimado: R$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

6.9.3. Metodologia da Formação dos Valores Estimados: Os valores constantes na tabela de estimativa mensal de demanda (item 6.9) foram definidos a partir da análise combinada das seguintes fontes de referência:

a) Tabela de Custos Referenciais do SINAPRO/MS – Edição 2026, utilizada como principal parâmetro para definição dos preços unitários dos serviços de publicidade;

b) Levantamento do histórico de prestação de serviços de publicidade junto a órgãos públicos, considerando parâmetros como volume médio de inserções, quantidade de campanhas desenvolvidas e resultados obtidos em exercícios anteriores, tomando como referência contratações similares, a exemplo da Tomada de Preços nº 002/2021;

c) Realização de pesquisa de preços junto a veículos de comunicação locais e regionais, bem como a fornecedores de serviços gráficos e audiovisuais, com o objetivo de verificar a compatibilidade dos valores praticados com a Tabela SINAPRO/MS, assegurando sua adequação às condições efetivas de mercado;

d) Estimativa de evolução da demanda institucional, considerando o aumento previsto na realização de campanhas e a ampliação dos canais e da abrangência da comunicação, em alinhamento com os objetivos e metas da Administração Legislativa para o exercício de 2026.

6.10. Metodologia de Formação dos Preços: A definição dos valores estimados foi realizada a partir de pesquisa direta junto a veículos de comunicação locais, aliada à análise do histórico de campanhas executadas em períodos anteriores, bem como à utilização da Tabela SINAPRO/MS – Edição 2026 como referência de mercado. O procedimento adotado observa os critérios previstos nos arts. 18, 23 e 40 da Lei nº 14.133/2021, assegurando a compatibilidade dos preços com a realidade praticada e a adequada fundamentação da estimativa.

6.11. A estimativa apresentada, fundamentada em pesquisa de mercado, análise de contratações similares e observância das diretrizes legais aplicáveis, evidencia que a Câmara Municipal de Alcinópolis-MS possui parâmetros consistentes e suficientes para atender, com eficiência e economicidade, às demandas de comunicação institucional previstas para o exercício de 2026.

6.12. Destaca-se que a estimativa foi elaborada em estrita observância aos princípios da economicidade, eficiência e do interesse público, em consonância com a Lei nº 14.133/2021 e a Lei nº 12.232/2010. Tal fundamentação assegura a viabilidade da execução de campanhas institucionais com qualidade técnica, alinhadas às diretrizes do Poder Legislativo e voltadas ao fortalecimento da transparência e da comunicação com a sociedade.

Fls. 76

7. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO[7]:

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

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

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

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

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

7.2. Vantagem e Desvantagens:

Solução	Vantagens	Desvantagens
1. Concorrência	- Atende integralmente à legislação	- Processo mais complexo e com

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

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

7.3. Riscos da Contratação:

Solução	Riscos de Contratação
1. Concorrência Publicitária (Lei nº 12.232/2010)	- Atraso no início dos serviços em razão do trâmite licitatório mais longo;- Necessidade de equipe técnica especializada para elaborar o edital e julgar as propostas técnicas; - Impugnações ou recursos durante o processo, caso os critérios técnicos não estejam devidamente fundamentados; - Risco de ineficiência se os critérios técnicos forem mal definidos.
2. Pregão Eletrônico com SRP	- Inadequação legal para serviços de publicidade, em razão da exigência da Lei nº 12.232/2010;- Alto risco de nulidade do procedimento por escolha de modalidade incompatível;- Critério exclusivo de menor preço pode comprometer a qualidade técnica dos serviços;- Suscetível a apontamentos de órgãos de controle (TCE, MP) e responsabilização de gestores.
3. Contratação Direta/Emergencial(Art. 75, VIII da Lei 14.133/2021)	- Necessidade de comprovação objetiva da situação emergencial, sob pena de ilegalidade;- Validade limitada (até 180 dias), sem garantia de continuidade;- Baixo nível de concorrência e transparência;- Risco elevado de questionamento por controle interno e externo caso a urgência não esteja devidamente demonstrada e fundamentada;- Possível responsabilização do gestor por contratação indevida.

.4. Estimativa de Tempo Médio para contratação:

Solução de Contratação	Estimativa de Tempo Médio
1. Concorrência Publicitária(Lei nº 12.232/2010)	**90 a 150 dias**(Inclui elaboração do edital, publicação, fases de julgamento técnico e homologação)
2. Pregão Eletrônico com Registro de Preços	**30 a 60 dias**(Procedimento ágil, mas inadequado para serviços de publicidade institucional)

Fls. 78

Solução de Contratação	Estimativa de Tempo Médio
3. Contratação Direta/Emergencial	**10 a 20 dias**(Desde que caracterizada urgência e com fundamentação robusta)

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

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

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

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

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

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

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

7.5.7. Riscos e Mitigação: Embora o tempo estimado seja maior do que outras soluções (como o Pregão Eletrônico ou Contratação Emergencial), a Concorrência Publicitária é a única solução que oferece segurança jurídica plena e qualidade garantida, minimizando os riscos de contratações inadequadas ou questionamentos legais. A escolha por esta solução reflete a

Fls. 79

prioridade em assegurar a conformidade com a legislação, a transparência do processo e a excelência na execução dos serviços de publicidade e propaganda.

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

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO:

8.1. Para a fixação dos percentuais de desconto e dos honorários referentes à prestação dos serviços, foram analisadas contratações análogas realizadas por outros órgãos públicos, adotando-se como parâmetro práticas consolidadas no mercado, conforme evidenciado no quadro comparativo a seguir:

ITEM Nº	ITEM	CM BRASILANDIA – CTR 03/2026	CM SIDROLÂNDIA CTR 004/2026 - A & T	CM ALCINÓPOLIS-MS CTR 0004/2021-JRA	CM SIDROLÂNDIA - CTR 007/2022 – FIXA	MÉDIA ARITMÉTICA
1.	Desconto de % sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO);	50,00%	40,00%	40,00%	50,00%	**45,00%**
2.	Percentual de %, relativos a honorários pertinentes a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de comunicação		15,00%	15,00%	15,00%	**15,00%**
3.	Percentual de %, relativo a honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço	10,00%		10,00%	10,00%	**10,00%**

8.1.2 O Item 1 da tabela recebeu peso 4 (quatro) por possuir maior impacto econômico na execução contratual, sendo necessária maior ponderação para que o percentual final permanecesse compatível com os parâmetros de mercado e com a média das contratações analisadas.

8.1.3 Os Itens 2 e 3 receberam peso 3 (três), pois, mesmo com menor ponderação, os percentuais obtidos permaneceram dentro dos valores usualmente praticados pela Administração Pública e também com as Normas -Padrão da Atividade Publicidade no que tangem o limite dos referidos percentuais aos itens 3.6.1 e 3.6.2, que são critérios de avaliação. https://www.sinaprosp.org.br/wp-content/uploads/2020/04/Normas_Padrao_2011_Portugues.pdf, Vejamos:

> *(...)*
> ***3.6.*** *Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.*
> ***3.6.1*** *Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.*
> ***3.6.2*** *Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).*

8.1.4 A diferenciação dos pesos observa critérios técnicos e objetivos, em conformidade com os princípios da economicidade, razoabilidade e da proposta mais vantajosa previstos na Lei Federal nº 14.133/2021.

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

8.2.1. Consultoria às Tabelas do SINAPRO/MS: A estimativa de custo foi realizada com base na Tabela de Custos Referenciais para Serviços de Publicidade do Sindicato das Agências de Propaganda de MS (SINAPRO/MS), edição de 2026. Esta tabela apresenta os valores médios praticados no mercado local para serviços de publicidade e propaganda, servindo como referência para o cálculo do orçamento necessário para a contratação.

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

Fls 81

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

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

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

8.2.6. Valor Estimado da Contratação: Após análise da tabela do SINAPRO/MS e considerando os serviços necessários para o Município, o valor estimado anual para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda é de **R$ 300.000,00 (trezentos mil reais).** Esse valor cobre todas as campanhas publicitárias planejadas, de acordo com as especificações constantes no edital.

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

8. FORMAS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

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

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

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

9.3. Assim, levando em consideração que seja vantajoso à cada época de vencimento do contrato, para o Município prorrogar a contratação almejada pelo prazo previsto na norma acima, temos que considerar então que a previsão do valor para citada contratação seja de R$ 300.000,00 (trezentos mil reais) para 12 meses, com possíveis renovações através de aditivos de prazo nos termos da Lei Federal 14.133/21.

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

9.5. Quanto ao tipo de julgamento, considerando a peculiaridade da prestação de serviço e da contratação, e levando em consideração ainda o disposto no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, sugerimos a

Fls. 82

adoção do tipo "técnica e preço", pois entendemos que este tipo alia a capacidade da licitante demonstrada por meio de serviços prestados anteriormente, capacidade de atendimento, equipe de trabalho, etc.; com menor preço, em uma equação lógica e que certamente será escolhida aquela empresa que componha todos esses predicados.

9.6. DAS PROPOSTAS TÉCNICA:

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

9.7. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

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

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

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

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

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

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

9.8. CRITERIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

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

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

Fls 83

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

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

a) Conhecimento das características gerais do cliente;

b) Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo cliente;

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

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

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

a) Formulação do conceito, da compreensão do tema hipotético ao desenvolvimento do raciocínio que o conduziu;

b) A formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação;

c) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;

d) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Administração Municipal com seus públicos.

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

a) A sua adequação ao problema específico de comunicação do cliente;

b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

f) A sua pertinência às atividades do cliente e à sua inscrição na sociedade;

g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

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

a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;

b) A capacidade analítica revelada no exame desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;

Fls 04

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;

d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da a Câmara Municipal de Alcinópolis - MS.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

9.9.1. BRIEFING

9.9.1.1. DADOS GERAIS:

a) A População Total do Município é **4.537 habitantes**, de acordo com a estimativa do **IBGE 2022**.

b) O município de **Alcinópolis/MS** está situado na região Centro-Oeste do Brasil, no estado de Mato Grosso do Sul. Localiza-se na latitude **de 18°19'26" Sul** e longitude 53°**42'21" Oeste**.

Distâncias aproximadas:

Fls. 85

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

9.9.1.2. HISTÓRIA DO MUNICÍPIO:
A Cidade

O município de Alcinópolis, localizado na região norte do Estado de Mato Grosso do Sul, tem sua origem ligada ao esforço de famílias pioneiras que buscavam melhores condições de vida em uma região até então marcada pelo isolamento e pelas dificuldades de acesso ao progresso. Inicialmente, as terras onde hoje se encontra o município pertenciam ao Sr. Pio Martins de Almeida, sendo posteriormente adquiridas, em parte, por Alcino Fernandes Carneiro, considerado o fundador da cidade.

O processo de povoamento teve início oficialmente em 8 de outubro de 1975, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida das famílias que viviam dispersas nas fazendas da região. Desde os primeiros momentos, a educação foi o principal pilar de desenvolvimento local. Em razão da ausência de estrutura pública de ensino, fazendeiros contratavam professores particulares para garantir a instrução de seus filhos e também dos filhos de trabalhadores rurais. Esse modelo educacional perdurou entre as décadas de 1940 e 1970, demonstrando o compromisso da comunidade com o conhecimento como ferramenta de transformação social.

Um marco importante dessa fase foi a chegada, em 1965, da professora Romilda Costa Carneiro, vinda de Mineiros (GO), contratada pelo fazendeiro Adolfo Alves Carneiro para lecionar na Fazenda Bananal. Posteriormente, Romilda constituiu família com Alcino Fernandes Carneiro e, juntos, desempenharam papel fundamental na organização educacional da região. Na década de 1970, o casal buscou junto à Prefeitura de Coxim a criação da primeira escola primária, iniciativa que contribuiu diretamente para a consolidação do núcleo urbano e, futuramente, para a emancipação do município.

A partir desse movimento, iniciou-se a transformação da antiga área rural em um povoado estruturado, com abertura de ruas, instalação de comércio, farmácia e outros serviços essenciais. O crescimento foi impulsionado pela chegada de famílias oriundas de diversos estados brasileiros, como Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo e Rio Grande do Sul, que contribuíram para a formação social e cultural de Alcinópolis.

Em 1977, com a divisão do Estado de Mato Grosso e a criação de Mato Grosso do Sul, a região passou a integrar a nova unidade federativa. Anos depois, em 22 de abril de 1992, por meio da Lei nº 1.262, sancionada pelo então governador Pedro Pedrossian, Alcinópolis conquistou sua emancipação político-administrativa, desmembrando-se do município de Coxim e passando a integrar sua própria estrutura administrativa, vinculada à comarca de Coxim.

Atualmente, Alcinópolis destaca-se por sua forte base econômica na agropecuária, com produção significativa de soja, algodão, milho, sorgo e outras culturas, além de um expressivo rebanho bovino. A localização estratégica do município, próxima a importantes centros logísticos e de escoamento de produção, contribui para o desenvolvimento econômico regional.

Do ponto de vista geográfico, o município possui área de aproximadamente 4.399 km² e está situado a uma altitude média de 443 metros. Seu território apresenta relevo diversificado, com chapadões, serras e formações rochosas marcantes. O clima é tropical subúmido, com temperatura média anual de 26°C e regime de chuvas concentrado entre os meses de setembro e maio. A região está inserida na bacia hidrográfica do rio Paraguai, destacando-se rios importantes como o Taquari e o Jauru.

Fls. 66

A vegetação predominante é o Cerrado, com formações arbóreas densas e significativa presença de pastagens, além de áreas de floresta estacional semidecidual. Os solos, em sua maioria, apresentam baixa fertilidade natural, exigindo técnicas adequadas para aproveitamento agrícola.

Alcinópolis se destaca no cenário cultural e turístico, sendo reconhecida como a "Capital Estadual da Arte Rupestre". O município abriga importantes sítios arqueológicos com pinturas e gravuras que datam de até 11 mil anos, evidenciando a presença de povos pré-históricos na região. Entre os principais atrativos estão o Parque Natural Municipal Templo dos Pilares, a Serra do Bom Jardim, a Gruta do Pitoco e o Parque Estadual das Nascentes do Rio Taquari, locais que combinam beleza cênica, biodiversidade e valor histórico-cultural.

O município abriga diversos sítios arqueológicos com pinturas e gravuras que datam de até 11 mil anos, além de paisagens marcadas por serras, cânions, cavernas, cachoeiras e rica biodiversidade do Cerrado. Entre os principais atrativos turísticos destacam-se o Monumento Natural Serra do Bom Jardim, o Parque Estadual das Nascentes do Rio Taquari — com o imponente Cânion do Engano —, o Parque Natural Municipal Templo dos Pilares, a Gruta do Pitoco e o Sítio Arqueológico do Arco de Pedra.

Outros pontos de interesse incluem o Morro da Tigela, a Casa de Pedra, a Serra do Bom Sucesso e diversas quedas d'água, como os Saltos da Macaúba, do Bonito e da Limeira, que possibilitam atividades como trilhas, rapel, observação de aves e turismo de aventura. Apesar da estrutura turística ainda em desenvolvimento, Alcinópolis se consolida como um destino de grande potencial, ideal para visitantes que buscam contato direto com a natureza e experiências autênticas em ambientes preservados.

Com sua população estimada em cerca de 4,5 mil habitantes (2022), Alcinópolis possui sua base econômica ancorada na agropecuária, atividade que historicamente sustentou seu crescimento e nos últimos anos, entretanto, o município vem ampliando seu potencial por meio do turismo de contemplação, científico e de aventura, favorecido por suas paisagens características do bioma cerrado, com serras, formações rochosas e extensos chapadões.

Assim, Alcinópolis consolida-se como um município que alia tradição, desenvolvimento econômico e preservação de um patrimônio natural e histórico de grande relevância, tendo na educação sua base fundadora e no esforço coletivo de sua população a força propulsora de seu crescimento.

9.9.1.3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

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

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

9.9.1.4. CAMPANHA SIMULADA:

Fls. 87

a) Destacar as principais ações da atual administração atual, nas diversas áreas de atuação. A fim de gerar conhecimento à população sobre as principais conquistas de desenvolvimento e qualidade de vida para a população nos últimos tempos.

b) Essa campanha será alusiva ao **Aniversário de Alcinópolis/MS**, celebrado em **22 de abril**.

c) Valorizar a administração municipal como **gestão transparente, participativa e comprometida com o desenvolvimento da cidade de Alcinópolis/MS.**

d) Investimento: R$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais) – incluindo os custos de produção e veiculação;

e) OBS: Os valores Internos de Criação não devem ser contemplados

f) Período da campanha: de 30 (trinta) dias.

g) Público-alvo: população de Alcinópolis e Região.

h) Assinatura da Campanha: A Campanha deverá ser assinada com o Brasão Oficial da Câmara Municipal.

9.10. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇO:

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

9.10.2. A classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, considerando um máximo de **150 (cento e cinquenta) pontos.**

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

9.10.2.2. **Até 40 (quarenta) pontos** para os menores honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos, nos termos do subitem 3.6.1 das Normas-Padrão (oito pontos para cada 1% de desconto sobre os 15% originais, até o limite de 10% de desconto).

9.10.2.3. **Até 20 (vinte) pontos** para menores honorários oferecidos quando a responsabilidade da mesma limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão (quatro pontos para cada 1% de desconto sobre os 10%, originais, até o limite de 5% de desconto).

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

10.10.4. A avaliação da Proposta de Preços será pelo máximo de 150 (cento e cinquenta) pontos. Na avaliação da proposta de preços será atribuída pontuação em seus itens através dos seguintes critérios:

Fls. 88

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

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

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

B – Honorários por serviços de terceiros (Até 40 - quarenta - pontos)
B.1. Remuneração entre 10% a 15% (honorários oferecidos sobre o custo orçado junto a fornecedores especializados, na prestação de serviços e de suprimentos externos).

Honorários a serem aplicados	Critério de Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida
15%	Zero ponto	Zero
14%	08 ponto	Oito
13%	16 pontos	Dezesseis
12%	24 pontos	Vinte e Quatro
11%	32 pontos	Trinta e Dois
10%	40 pontos	Quarenta

C – Remuneração por Serviços de Terceiros (Até 20 - vinte - pontos)
C.1. Remuneração entre 5% a 10% (honorários oferecidos quando a responsabilidade da mesma se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento).

Honorários a serem aplicados	Critério de Pontos Concedidos	Total da Pontuação Auferida (Simulação Máxima)
10%	Zero ponto	zero
9%	4 ponto	quatro
8%	8 pontos	oito
7%	12 pontos	doze
6%	16 pontos	Dezesseis
5%	20 pontos	vinte

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

Fls. 89

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

9.10.7. Serão desclassificadas as propostas que:

a) Não atenderem às disposições contidas neste edital;

b) Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

c) Apresentarem percentual de desconto superior a 45% (quarenta e cinco por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS);

d) Apresentarem percentual de honorários superiores a 15% (quinze por cento) pertinentes à supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores;

e) Apresentarem percentual de honorários superioores a 10% (dez por cento), relativo a honorários incidentes sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço.

9.11. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA NOTA FINAL

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

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

onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

10. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO[8]::

10.1. Após análise das alternativas disponíveis, esta equipe técnica conclui que a solução indicada no item **7.1.1** apresenta-se como a mais adequada para atender às necessidades da Administração Pública, considerando os aspectos de eficiência, legalidade, economicidade e qualidade dos serviços pretendidos.

10.2. Em razão das características dos serviços de publicidade institucional, o objeto desta contratação é classificado como **serviço especializado de natureza predominantemente intelectual, envolvendo**

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

Fls. 90

atividades técnicas, estratégicas e criativas, cuja execução deverá ocorrer sob o **regime de empreitada por preço global**, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

10.2.1. A contratação será processada mediante procedimento licitatório **na modalidade Concorrência, adotando-se o critério de julgamento técnica e preço, em conformidade com as disposições da Lei nº 12.232/2010,** legislação específica aplicável às contratações de serviços publicitários pela Administração Pública.

10.2.2. Destaca-se que a execução dos serviços pela futura contratada **não implicará qualquer vínculo empregatício com a Câmara Municipal de Alcinópolis/MS**, inexistindo relação de subordinação direta, pessoalidade ou vínculo funcional entre os profissionais da agência contratada e a Administração.

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

11. MODALIDADE DE LICITAÇÃO, O CRITÉRIO DE JULGAMENTO E O MODO DE DISPUTA[9]:

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

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

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

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

12. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS [10]:

12.1. Com a contratação de agência especializada para prestação de serviços de publicidade institucional, a Câmara Municipal de Alcinópolis/MS busca alcançar resultados que promovam maior transparência, eficiência na comunicação pública e fortalecimento da relação entre o Poder Legislativo e a população.

12.2. Entre os principais resultados pretendidos, destacam-se:

a) Ampliação da transparência institucional, por meio da divulgação clara, acessível e contínua das ações, projetos, sessões legislativas, campanhas educativas, programas e demais atividades desenvolvidas pela Câmara Municipal;

b) Fortalecimento da comunicação institucional, assegurando maior alcance das informações de interesse público junto à população urbana e rural do município;

c) Melhoria da qualidade técnica das campanhas e materiais institucionais, mediante utilização de estratégias profissionais de comunicação, planejamento de mídia e produção especializada;

d) Maior eficiência na divulgação de campanhas educativas, informativas e de utilidade pública, contribuindo para o fortalecimento da cidadania, participação popular e conscientização da sociedade;

---

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

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

e) Padronização da identidade visual e da comunicação institucional da Câmara Municipal, garantindo uniformidade, credibilidade e melhor reconhecimento das ações do Poder Legislativo;

f) Ampliação do alcance das informações institucionais por meio da utilização integrada de diferentes meios de comunicação, incluindo rádio, mídias digitais, redes sociais, materiais impressos e demais veículos adequados;

g) Aprimoramento da interação entre a Câmara Municipal e a sociedade, permitindo comunicação mais moderna, acessível e eficiente com os cidadãos;

h) Planejamento estratégico das ações de comunicação, possibilitando melhor direcionamento dos recursos públicos destinados à publicidade institucional;

i) Acompanhamento e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, permitindo análise de desempenho, alcance e efetividade das ações executadas;

j) Atendimento às exigências legais relacionadas à publicidade institucional e à transparência pública, em conformidade com os princípios constitucionais da Administração Pública e com a legislação aplicável.

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

12.3. Dessa forma, a solução adotada visa proporcionar comunicação institucional mais eficiente, profissional e alinhada ao interesse público, contribuindo para o fortalecimento da imagem institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis/MS e para a aproximação entre o Poder Legislativo e a comunidade local.

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO[11]:

13.1. Elaboração do Termo de Referência:

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

13.2. Verificação de Recursos Orçamentários

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

13.3. Aprovação Jurídica e Técnica

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

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

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

---

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

Fls. 92

13.5. Publicação e Condução do Processo Licitatório

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

13.6. Fiscalização e Gestão Contratual

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

13.7. Estabelecimento de Indicadores de Desempenho

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

13.8 Previsão de Cláusulas de Responsabilidade

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

13.9. Arquivamento e Transparência

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

14. JUSTIFICATIVA DO PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO[12]:

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

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

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

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

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

14.6. Diante do exposto, fica tecnicamente e legalmente justificado o não parcelamento do objeto, optando-se pela contratação global dos serviços de publicidade e propaganda, de forma a assegurar a

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

Fls. 93

economicidade, a qualidade técnica, a eficiência operacional e o atendimento aos princípios legais aplicáveis.

15. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES[13]:

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

16. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS[14]:

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

17. JUSTIFICATIVA DA ADOÇAO DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL [15]:

17.1. JUSTIFICAM a adoção da modalidade de **Concorrência na forma Presencial**, em substituição à forma Eletrônica, pelos fundamentos técnicos, operacionais e de interesse público a seguir expostos.

17.2. A presente contratação tem por objeto a prestação de serviços de publicidade e propaganda por intermédio de agência especializada, compreendendo atividades de natureza predominantemente intelectual e técnica, tais como estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas e ações institucionais destinadas à divulgação de atos, programas, serviços e informações de interesse público.

17.3. Os serviços pretendidos possuem características específicas e elevado grau de complexidade técnica, exigindo avaliação detalhada das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, especialmente quanto à criatividade, estratégia de comunicação, capacidade de planejamento, qualidade técnica das soluções propostas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração Pública.

17.4. Nesse contexto, a realização da concorrência na forma presencial mostra-se mais adequada ao interesse público, sobretudo em razão da necessidade de preservação do sigilo das propostas técnicas, da correta identificação dos invólucros padronizados (identificados e não identificados) e da observância rigorosa dos procedimentos previstos na legislação aplicável aos serviços publicitários, especialmente aqueles relacionados ao julgamento técnico por subcomissão especializada.

17.5. Além disso, a sessão presencial proporciona maior segurança procedimental durante as etapas de recebimento, conferência, acondicionamento e abertura das propostas técnicas e de preço, reduzindo riscos operacionais que poderiam comprometer a integridade, autenticidade e confidencialidade dos materiais apresentados pelas licitantes.

17.6. Importante destacar que os serviços de publicidade possuem disciplina própria e peculiaridades que demandam tratamento diferenciado, notadamente em razão da análise subjetiva e técnica das propostas, circunstância que recomenda maior acompanhamento físico dos atos do certame, garantindo transparência, segurança jurídica, rastreabilidade dos procedimentos e fiel observância aos princípios da legalidade, isonomia, competitividade e julgamento objetivo.

17.8. Ressalta-se, ainda, que a adoção da forma presencial não compromete a competitividade do certame, tampouco restringe a participação de interessados, sendo assegurada ampla publicidade do procedimento

---

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

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

[15] § 2º, art. 17, Lei 14.133/2021 – as licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo as sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e videol;

Fls. 94

licitatório, nos termos da legislação vigente, com disponibilização integral do edital e de seus anexos em meios oficiais de divulgação.

17.9. Dessa forma, considerando a natureza singular do objeto, a necessidade de proteção do sigilo das propostas técnicas, a complexidade do julgamento especializado e a busca pela seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, conclui-se que a realização da Concorrência Presencial mostra-se a medida mais adequada, eficiente e compatível com o interesse público envolvido na contratação.

17.10. Ademais, a presente contratação adotará o critério de julgamento **"técnica e preço"**, cuja sistemática demanda análise individualizada, criteriosa e comparativa das propostas técnicas e das propostas comerciais apresentadas pelas licitantes, inexistindo fase competitiva de lances sucessivos, característica típica das disputas eletrônicas convencionais.

17.11. Tal circunstância reforça a necessidade de um procedimento conduzido com maior controle material dos atos praticados, especialmente quanto ao recebimento, identificação, guarda, abertura e julgamento das propostas técnicas, preservando-se o sigilo, a autenticidade e a integridade dos documentos submetidos à apreciação da subcomissão técnica especializada, para atribuições das pontuações.

17.12. Nesse sentido, a adoção da forma presencial encontra amparo no §2° do art. 17 da Lei Federal n° 14.133/2021, que autoriza a realização presencial da licitação desde que haja motivação expressa da Administração, especialmente quando as peculiaridades do objeto, a complexidade técnica da contratação ou as condições operacionais do procedimento recomendarem tal medida.

> Art. 17. O processo de licitação observará as seguintes fases, em sequência:
>
> I - preparatória;
>
> II - de divulgação do edital de licitação;
>
> III - de apresentação de propostas e lances, quando for o caso;
>
> IV - de julgamento;
>
> V - de habilitação;
>
> VI - recursal;
>
> VII - de homologação.
>
> § 1° A fase referida no inciso V do **caput** deste artigo poderá, mediante ato motivado com explicitação dos benefícios decorrentes, anteceder as fases referidas nos incisos III e IV do **caput** deste artigo, desde que expressamente previsto no edital de licitação.
>
> § 2° **As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo. (grife-se nosso)**

17.13. Assim, considerando a natureza especializada do objeto, a necessidade de preservação do sigilo das propostas técnicas, a metodologia de julgamento por técnica e preço e a busca pela condução mais segura, transparente e eficiente do certame, resta devidamente justificada a realização da Concorrência na forma Presencial, em consonância com os princípios da legalidade, eficiência, isonomia, competitividade, segurança jurídica e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

Fls. 95

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

17.15. Desta feita, diante dos elementos acima supramencionados, e em consonância com o dispositivo legal acima transcrito, restam plenamente atendidos os requisitos legais para **justificação da realização presencial**, sendo esta **a forma mais adequada** à natureza da contratação pretendida.

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

18. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO[16] (inciso XIII, art. 18, Lei 14.133/2021):

18.1. Justificativa da Viabilidade:

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

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

19. DA RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

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

LUCAS PEDROSO DAL RI
Secretário Geral
OAB/MS 22.908

DATIELI INÁCIO DE BRITO
AGENTE DE CONTRATAÇÃO

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

Fls 96

20. DA AUTORIZAÇÃO:

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

Alcinópolis -MS, 18 de maio de 2026.

VALDECI LIMA DE OLIVEIRA
VEREADOR-PRESIDENTE

Fls. 97

APÊNDISE ANEXO AO ETP - PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. contratação de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a veículos e demais meios de divulgação, com a finalidade de divulgar serviços, programas, ações, campanhas e projetos de interesse da **Câmara Municipal de Alcinópolis-MS**, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme condições, especificações e quantidades estabelecidas neste Estudo Técnico Preliminar.

2. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

2.1. A contratação compreenderá a execução integrada dos seguintes serviços:

Item	Descrição	Quantidade / Frequência	Valor Médio Mensal (R$)
a)	Veiculação em Rádio	120 inserções mensais de 30/40 segundos em 01 rádio local	7.545,00
b)	Veiculação em Sites	5 inserções semanais em 10 sites regionais locais	12.485,00
d)	Produção Audiovisual	Vídeos, áudios, entre outros para mídia em redes sociais	4.150,00
e)	Produção Gráfica	Banners, adesivos, impressões, entre outros	820,00
	VALOR MENSAL ESTIMADO		**25.000,00**

2.2. Total Mensal Estimado

R$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais).

2.3. Total Anual Estimado

R$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

3. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

3.1. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE

3.1.1. A Câmara Municipal de Alcinópolis-MS, no desempenho de suas competências constitucionais e legais, tem o dever de promover a divulgação eficiente de seus atos oficiais, proposições legislativas, campanhas institucionais e demais informações de interesse público. Tal medida visa assegurar a transparência na gestão pública, bem como

Fls.

garantir à sociedade o pleno acesso às atividades desenvolvidas pelo Poder Legislativo, fortalecendo a participação cidadã e o controle social.

3.1.2. Para que a comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS seja realizada de forma eficaz, planejada e alinhada aos princípios que regem a Administração Pública, faz-se necessária a atuação de profissionais qualificados na área de comunicação pública. Esses profissionais são essenciais para a elaboração de estratégias adequadas, definição de linguagem compatível com os diferentes públicos, seleção dos canais mais apropriados de divulgação e desenvolvimento de conteúdos institucionais com qualidade técnica e clareza informativa.

3.1.3. Os serviços a serem contratados envolvem um conjunto articulado de atividades técnicas, abrangendo desde estudos e planejamento estratégico até a criação, produção, execução, acompanhamento e veiculação de campanhas informativas em diferentes meios de comunicação. A realização dessas etapas exige conhecimento especializado e estrutura técnica compatível, atualmente não disponíveis no quadro funcional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS.

3.1.4. A não contratação de empresa especializada poderá comprometer a eficiência da comunicação institucional, limitando a disseminação das informações de interesse público e dificultando a observância do princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal. Dessa forma, a contratação se justifica como medida necessária para garantir a adequada divulgação das ações legislativas, bem como para fortalecer a transparência e a interação entre o Poder Legislativo e a população.

3.1.5. Os serviços a serem contratados envolvem um conjunto articulado de atividades técnicas, abrangendo desde estudos e planejamento estratégico até a criação, produção, execução, acompanhamento e veiculação de campanhas informativas em diferentes meios de comunicação. A realização dessas etapas exige conhecimento especializado, domínio de ferramentas tecnológicas e estrutura técnica compatível, atualmente não disponíveis no quadro funcional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS. Ademais, a atuação integrada dessas atividades permite maior padronização da comunicação institucional, garantindo coerência na identidade visual, na linguagem adotada e na transmissão das informações ao público.

3.1.6. A não contratação de empresa especializada poderá comprometer a eficiência da comunicação institucional, limitando a disseminação das informações de interesse público e dificultando a observância do princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal. Tal cenário pode resultar em baixa efetividade das ações institucionais, reduzido alcance junto à população e fragilidade na transparência administrativa. Nesse contexto, a contratação se mostra indispensável para assegurar ampla divulgação das ações legislativas, fortalecer a transparência pública, ampliar a participação social e garantir maior eficiência na gestão da informação institucional.

3.2. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO

Fls. 100

exige a análise conjunta de aspectos qualitativos e quantitativos, não sendo suficiente a adoção exclusiva do menor preço como parâmetro de escolha.

3.3.3. A adoção desse modelo de contratação fundamenta-se na necessidade de selecionar proposta que alie viabilidade econômica à efetiva capacidade técnica da agência, comprovada por meio de experiência anterior, qualificação profissional da equipe e portfólio compatível com o objeto. Tais requisitos são indispensáveis para a elaboração e execução de campanhas publicitárias eficientes, em consonância com os princípios da Administração Pública e voltadas ao atendimento do interesse coletivo.

3.3.4. Ressalta-se, ainda, que a avaliação das propostas técnicas será realizada por comissão especialmente designada, composta por profissionais com conhecimento na área, garantindo análise criteriosa, objetiva e fundamentada dos aspectos qualitativos apresentados pelas licitantes. Esse procedimento assegura maior transparência, isonomia entre os participantes e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, considerando não apenas o preço, mas também a qualidade e a adequação técnica dos serviços ofertados.

3.3.5. Ademais, a utilização da modalidade concorrência, com julgamento baseado nos critérios de técnica e preço, favorece a ampliação da competitividade entre os participantes, assegura maior transparência ao processo licitatório e permite à Administração identificar a proposta mais vantajosa, considerando de forma equilibrada os aspectos de economicidade e qualidade técnica dos serviços a serem prestados.

3.3.5. Dessa maneira, o modelo de contratação adotado encontra amparo na legislação vigente, está alinhado às particularidades do objeto e se apresenta como a alternativa mais adequada para assegurar a eficiência e a efetividade da comunicação institucional da Câmara Municipal de Alcinópolis-MS.

3.4. A presente contratação justifica-se pela necessidade de promover ampla divulgação das ações institucionais, programas, campanhas educativas, atos administrativos e informações de interesse público, assegurando transparência, publicidade institucional e fortalecimento da comunicação entre a Administração Pública e a população.

3.5.A utilização integrada de rádio, sites regionais, mídias digitais e materiais gráficos possibilita maior alcance das informações institucionais, ampliando a efetividade da comunicação pública e garantindo acesso democrático à informação.

4. ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1 Veiculação em Rádio

Os serviços de rádio compreenderão a transmissão de spots institucionais, chamadas informativas, campanhas educativas, avisos e comunicados de interesse público, mediante inserções diárias em emissora local.

Quantidade Prevista

Fls. 101

- 120 inserções mensais;
- Duração média de 30/40 segundos;
- Utilização de 01 rádio local (Rádio Educativa FM 87.9), podendo haver alteração.

Valor Médio Mensal

R$ 7.545,00.

4.2 Veiculação em Sites Regionais

A divulgação digital ocorrerá mediante publicação de banners institucionais, matérias patrocinadas, informes publicitários e conteúdo de interesse público em sites de notícias e portais eletrônicos regionais.

Quantidade Prevista

- 05 inserções semanais;
- Divulgação em 10 sites regionais locais.

Exemplos de Sites Utilizados podendo haver alteração dentro do limite quantitativo:

- IMPACTO MS;
- BULHÕES DIGITAL;
- ALCINÓPOLIS NEWS;
- CC NEWS;
- REGIONAL MS;
- O CORREIO NEWS;
- MAIS FATOS MS;
- PANTANAL NEWS;
- MS TODO DIA;
- COXIM NEWS.

Valor Médio Mensal

R$ 12.485,00.

4.3 Produção Audiovisual

Compreende a criação, edição e finalização de conteúdos audiovisuais destinados à divulgação institucional em redes sociais, plataformas digitais e demais meios de comunicação.

Serviços Contemplados

- Produção de vídeos institucionais;
- Criação de áudios e spots;
- Vinhetas institucionais;
- Conteúdos para redes sociais;
- Cobertura audiovisual de eventos.

Valor Médio Mensal

R$ 4.150,00.

4.4 Produção Gráfica

Os serviços gráficos compreenderão a elaboração, impressão e fornecimento de materiais institucionais destinados à divulgação de campanhas, ações administrativas e eventos públicos.

Materiais Contemplados

- Banners;
- Faixas;
- Adesivos;
- Impressões;
- Materiais informativos.

Valor Médio Mensal

R$ 820,00.

5. OBJETIVOS DA CONTRATAÇÃO

- Garantir ampla divulgação das ações institucionais;
- Fortalecer a transparência pública;
- Informar a população acerca dos serviços públicos disponibilizados;
- Promover campanhas educativas e orientativas;
- Ampliar o alcance da comunicação institucional;
- Utilizar meios de comunicação de maior abrangência regional.

6. RESULTADOS ESPERADOS

6.1. Com a execução dos serviços, espera-se:

- Maior alcance das informações institucionais;
- Fortalecimento da comunicação pública;
- Ampliação da transparência administrativa;
- Maior participação da população nas ações institucionais;
- Padronização da divulgação institucional.

7. ESTIMATIVA DE CUSTOS

7.1. O valor mensal estimado da contratação corresponde a R$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), **Total Anual Estimado: R$ 300.000,00 (trezentos mil reais),** conforme levantamento de mercado e estimativa de demanda institucional.

8. PÚBLICO-ALVO

Fls. 103

8.1. O presente Plano de Contratação destina-se à divulgação das ações institucionais da Câmara Municipal de Alcinópolis/MS, tendo como público-alvo a população do Município de Alcinópolis, moradores da zona urbana e rural, lideranças comunitárias, entidades representativas, comerciantes, produtores rurais, servidores públicos, estudantes e demais cidadãos interessados nas atividades legislativas e institucionais.

8.2. As estratégias de comunicação buscarão garantir amplo acesso às informações de interesse público, promovendo transparência, participação social e fortalecimento da comunicação institucional entre o Poder Legislativo Municipal e a comunidade.

9. DISPOSIÇÕES FINAIS

9.1. A Administração poderá adequar os meios de divulgação, frequência das inserções e estratégias de comunicação conforme necessidade institucional, interesse público e disponibilidade orçamentária, observando os princípios da legalidade, eficiência, economicidade e transparência administrativa.

10. DA RESPONSABILIDADE PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA:

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

LUCAS PEDROSO DAL RI
Secretário Geral
OAB/MS 22.908

DATIELE INÁCIO DE BRITO
AGENTE DE CONTRATAÇÃO

11. DA AUTORIZAÇÃO:

11.1. Aprovo o presente plano.

Alcinópolis -MS, 18 de maio de 2026.

VALDECI LIMA DE OLIVEIRA