

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1 APRESENTAÇÃO

O presente estudo tem por finalidade examinar os aspectos fundamentais relacionados ao processo licitatório para a contratação de serviços de publicidade, executados por meio de agência de propaganda, com o objetivo de suprir de maneira eficaz as demandas de comunicação institucional e publicitária da Prefeitura Municipal de Sarandi, Estado do Paraná, assegurando maior eficiência, conformidade e segurança na prestação dos serviços, bem como prevenindo possíveis divergências em relação à legislação e às normas pertinentes.

2 DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

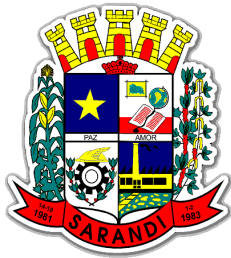
A Prefeitura Municipal de Sarandi/PR possui a necessidade permanente de garantir à população o acesso amplo, claro e transparente às informações relacionadas às ações governamentais, aos serviços públicos, às campanhas educativas, aos programas institucionais, às orientações de interesse coletivo e às demais atividades desenvolvidas pela Administração Municipal.

A comunicação pública representa instrumento indispensável para assegurar a efetividade do princípio constitucional da publicidade, previsto no art. 37 da Constituição Federal, permitindo que os atos administrativos, as políticas públicas e as informações de interesse social sejam devidamente divulgados e compreendidos pela sociedade. Além disso, constitui mecanismo fundamental para o fortalecimento da transparência, da participação cidadã e da aproximação entre o Poder Público e a população.

O Município desenvolve atividades em diversas áreas essenciais, tais como saúde, educação, assistência social, mobilidade urbana, meio ambiente, cultura, segurança e infraestrutura, as quais demandam ações de comunicação contínuas, acessível e eficiente com diferentes públicos. A ausência de divulgação adequada pode comprometer o conhecimento da população acerca dos serviços disponíveis, campanhas preventivas, ações emergenciais, programas sociais, prazos administrativos e demais informações relevantes ao interesse público.

Observa-se, ainda, a crescente necessidade de utilização de múltiplos canais de comunicação, inclusive meios digitais, redes sociais, campanhas institucionais e materiais informativos, considerando as mudanças nos hábitos de consumo de informação pela sociedade e a necessidade de ampliar o alcance das informações públicas.

A Administração Municipal também necessita assegurar padronização na comunicação institucional, linguagem adequada aos diferentes segmentos da população e ampla



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

disseminação das informações oficiais, de modo a evitar ruídos de comunicação, desinformação e dificuldade de acesso aos conteúdos de interesse coletivo.

Além disso, há necessidade de promover campanhas educativas e informativas relacionadas à saúde pública, conscientização social, educação no trânsito, preservação ambiental, vacinação, prevenção de doenças, utilização de serviços públicos e outras ações voltadas ao interesse da coletividade, exigindo planejamento e comunicação contínua para garantir efetividade e alcance social.

Nesse contexto, evidencia-se a necessidade pública e administrativa de estruturar e fortalecer as ações de comunicação institucional do Município, visando assegurar maior transparência governamental, efetividade na divulgação das políticas públicas e adequado atendimento ao interesse público.

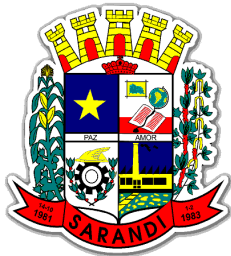
Cumprir informar que, no ano de 2025, foi realizada a Concorrência Pública Presencial nº 04/2025, de objeto de natureza semelhante ao da presente contratação. Todavia, o referido certame foi anulado no curso de sua tramitação, não tendo alcançado sua finalidade, tampouco possibilitado a contratação dos serviços pretendidos, em razão da necessidade de saneamento de aspectos procedimentais identificados à época.

Posteriormente, no exercício de 2026, foi instaurado novo procedimento licitatório com a mesma finalidade, a Concorrência Pública nº 03/2026. Contudo, o certame também não resultou na contratação pretendida, tendo sido revogado no curso de sua tramitação, diante de necessidades de adequação e ajustes técnicos e administrativos identificados pela Administração Pública.

Diante do histórico administrativo verificado e da persistência da necessidade institucional de contratação de serviços de publicidade, evidencia-se a necessidade de continuidade das medidas administrativas voltadas à adequada estruturação de novo procedimento licitatório, com o objetivo de viabilizar a regular contratação dos serviços e assegurar a manutenção das ações de comunicação institucional do Município de Sarandi, em estrita observância aos princípios da legalidade, eficiência e do interesse público.

Nesse contexto, considerando as demandas identificadas e a relevância da comunicação institucional para a divulgação das ações, programas, campanhas, serviços e políticas públicas desenvolvidas pela Administração Municipal, resta demonstrada a necessidade de instauração de novo certame licitatório, de modo a garantir a continuidade das atividades de comunicação, o fortalecimento da transparência administrativa e o pleno atendimento ao interesse público, observando-se os princípios constitucionais da Administração Pública, especialmente os da legalidade, publicidade, eficiência, impessoalidade e economicidade.

Área requisitante e responsável:



PREFEITURA DE SARANDI
ESTADO DO PARANÁ
Secretaria Municipal de Administração

Área	Gabinete do Prefeito.
Responsável	Fabio de Oliveira Bernado.
Matrícula	10115
Telefone	(44) 3264-8600
E-mail	gap@sarandi.pr.gov.br

3 PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Até o presente momento, o Município de Sarandi/PR não possui Plano de Contratações Anual – PCA formalmente instituído e regulamentado.

Dessa forma, a presente demanda foi identificada a partir das necessidades administrativas verificadas pela unidade competente, considerando a importância da continuidade das ações institucionais e do adequado funcionamento das atividades de comunicação pública desenvolvidas pela Administração Municipal.

Ressalta-se, contudo, que a ausência do referido instrumento de planejamento não afasta a necessidade da contratação pretendida, uma vez que os serviços objeto deste estudo são essenciais para assegurar a divulgação de informações de interesse coletivo, a transparência administrativa e o atendimento das demandas institucionais do Município, observando-se os princípios da eficiência, da publicidade e do interesse público.

4 REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

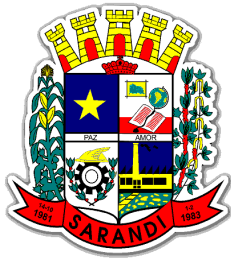
Requisitos gerais da contratação:

A presente contratação deverá observar as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis aos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

Para atendimento da necessidade identificada neste Estudo Técnico Preliminar, a solução contratada deverá ser executada por agência de propaganda apta a atuar na forma do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Os serviços deverão ser executados com observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade e interesse público.

Quando necessária a atuação de fornecedores especializados para a execução de serviços complementares, deverão ser observados os procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, assegurando transparência, competitividade, economicidade e adequada aplicação dos recursos públicos.



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

Além dos requisitos acima, faz-se necessário o atendimento integral das condições apresentadas no Termo de Referência e no futuro Edital, principalmente aquelas relacionadas à sua participação no processo licitatório, à habilitação e à futura contratação.

Participação restrita a pessoas jurídicas:

Considerando a natureza específica do objeto, a contratação deverá restringir-se à participação de pessoas jurídicas caracterizadas como agências de propaganda, nos termos da legislação aplicável. Isso porque o art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade previstos na referida norma serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

No mesmo sentido, o Decreto Federal nº 57.690/1966 conceitua agência de propaganda como pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica de publicitários, razão pela qual não se mostra compatível com o objeto a participação de pessoa física.

Tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte:

No que se refere ao tratamento diferenciado às microempresas e empresas de pequeno porte, não será adotada licitação exclusiva, uma vez que o valor estimado da contratação supera o limite previsto no art. 48, inciso I, da Lei Complementar nº 123/2006. Ressalta-se que tal disposição não impede a participação de microempresas e empresas de pequeno porte no certame, mas apenas afasta a obrigatoriedade de realização de procedimento exclusivo.

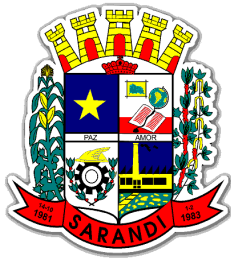
Do mesmo modo, não se aplica a reserva de cota prevista no art. 48, inciso III, da Lei Complementar nº 123/2006, por se tratar de contratação de serviço de publicidade prestado por intermédio de agência de propaganda, objeto de natureza integrada, técnica, intelectual e executado sob demanda, e não de aquisição de bens de natureza divisível.

Vedação à participação em consórcio:

Também fica vedada a participação de empresas reunidas em consórcio, nos termos do art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021, mediante a presente justificativa técnica.

A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais demandam atuação direta, contínua e centralizada da agência responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias.

A participação em consórcio poderia gerar maior complexidade na definição de responsabilidades, no controle técnico das campanhas, na fiscalização da execução contratual e nos procedimentos administrativos e financeiros, especialmente quanto à apuração de responsabilidades e aos pagamentos.



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

Considerando que o objeto não apresenta complexidade ou dimensão que exija a reunião de empresas para viabilizar sua execução, a vedação mostra-se adequada, proporcional e compatível com os princípios da eficiência, economicidade e segurança jurídica.

Vedação à participação de cooperativas:

Também fica vedada a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa, considerando a incompatibilidade dessa forma de organização com a natureza específica do objeto a ser contratado.

Nos termos do art. 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade previstos na referida norma devem ser contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei Federal nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Embora o art. 16 da Lei Federal nº 14.133/2021 admita a participação de profissionais organizados sob a forma de cooperativa em licitações, tal possibilidade está condicionada à compatibilidade entre o objeto licitado e a organização cooperativa. No presente caso, o objeto demanda atuação estruturada, integrada e centralizada de agência de propaganda, responsável pelo planejamento, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, nos termos da legislação específica aplicável.

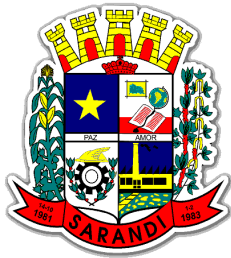
Assim, considerando que a contratação tem por objeto serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra compatível a participação de cooperativas ou profissionais organizados sob a forma de cooperativa, por não atenderem à configuração jurídica e técnica exigida pela Lei Federal nº 12.232/2010.

5 ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

Considerando a natureza dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, não se mostra possível estimar previamente, de forma exata e individualizada, a quantidade de campanhas, peças publicitárias, conteúdos digitais, inserções em mídia, ações de comunicação ou demais serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual.

A execução dos serviços ocorrerá conforme as necessidades institucionais da Administração Municipal, observadas as demandas das unidades administrativas, a conveniência e oportunidade das ações de comunicação, a disponibilidade orçamentária e o planejamento das campanhas de interesse público.

Dessa forma, a estimativa da contratação será estabelecida por valor global máximo, destinado a suportar a execução dos serviços de publicidade ao longo da vigência contratual, com base no histórico de demandas similares, na disponibilidade orçamentária, no planejamento institucional e nos documentos que instruem o processo, sem obrigação de



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

utilização integral do montante estimado, uma vez que as solicitações serão realizadas sob demanda, mediante prévia autorização da Administração e observância dos procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010.

Ressalta-se que a adoção de valor global estimado não afasta a necessidade de controle, justificativa e acompanhamento de cada demanda executada, devendo a Administração avaliar previamente a pertinência, a finalidade pública, a adequação técnica e a compatibilidade dos custos de cada ação publicitária a ser realizada.

Assim, diante da impossibilidade técnica de quantificação prévia exata dos serviços a serem executados, a estimativa da necessidade será representada pelo valor máximo previsto para a contratação, cabendo à Administração gerir sua utilização conforme as demandas efetivamente aprovadas durante a execução contratual.

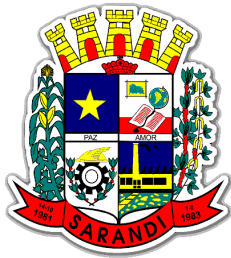
6 LEVANTAMENTO DE MERCADO

Nº	Solução
1	Contratação de serviços de publicidade por intermédio de Agência de Propaganda: Realização de processo licitatório aos moldes da Lei 12.232/2010, para obtenção dos serviços de publicidade para a Administração Municipal.

A presente solução consiste na realização de processo licitatório nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, visando à contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade à Administração Municipal.

Para a definição da solução mais adequada, foram observados diversos processos similares, promovidos por órgãos de porte equivalente ao Executivo Municipal, bem como por entes públicos com maior infraestrutura administrativa e quadro de servidores mais amplo. Destacam-se, nessa cesta de observações:

- **Prefeitura do Município de Três Barras do Paraná** – Concorrência Presencial nº 03/2025;
- **Prefeitura do Município de Campo Mourão** – Concorrência nº 05/2023;
- **Prefeitura do Município de Apucarana** – Concorrência nº 04/2024;
- **Prefeitura do Município de Francisco Beltrão** – Tomada de Preços nº 15/2023;
- **Prefeitura do Município de Maringá** – Concorrência nº 27/2018;
- **Prefeitura do Município de Fortaleza** – Concorrência nº 003/2023;
- **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná** – Concorrência nº 02/2024;



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Estado da Comunicação Social –** Concorrência nº 01/2016;
- **Governo do Estado do Paraná – Secretaria de Turismo –** Concorrência nº 01/2023;
- **Governo do Estado de Goiás – Secretaria de Estado da Retomada –** Concorrência Presencial nº 01/2024;
- **Ministério das Comunicações –** Concorrência – Edital nº 90003/2024.

Dessa forma, utilizando-se como referência os processos citados e a legislação aplicável, verifica-se que a solução mais adequada para a obtenção dos serviços de publicidade pela Administração Pública Municipal consiste na realização de licitação para contratação de agência de propaganda, nos moldes da Lei Federal nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei Federal nº 14.133/2021, da Lei Federal nº 4.680/1965 e das demais normas pertinentes.

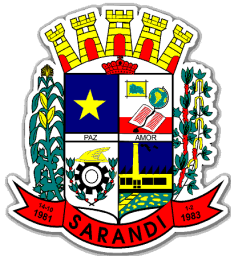
7 ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa do valor da contratação foi elaborada com fundamento no art. 23 da Lei Federal nº 14.133/2021, observando-se a compatibilidade com os valores praticados no mercado, as peculiaridades do objeto, a natureza sob demanda dos serviços de publicidade e os parâmetros obtidos em contratações públicas similares.

Para fins de aferição da razoabilidade do valor global estimado, foram considerados processos licitatórios de publicidade realizados por municípios com objetos semelhantes, utilizando-se como referência comparativa o valor máximo previsto em cada contratação, a população do respectivo ente e o valor aproximado por município.

Foram utilizados como parâmetros os seguintes processos:

Item	Município	Ano do processo	Valor máximo (R\$)	População	Valor por município (aproximadamente)
1	Três Barras do Paraná	2025	300.000,00	11.135 (2022)	R\$ 26,94
2	Campo Mourão	2023	1.900.000,00	99.432 (2022)	R\$ 19,11
3	Apucarana	2024	3.200.000,00	130.134 (2022)	R\$ 24,59
4	Francisco Beltrão	2023	1.300.000,00	96.666 (2022)	R\$ 13,45
5	Maringá	2018	9.000.000,00	409.657 (2022)	R\$ 21,97



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

O Município de Sarandi/PR, segundo o Censo Demográfico de 2022, possui população de 118.455 (cento e dezoito mil, quatrocentos e cinquenta e cinco) habitantes. Considerando o valor máximo estimado de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), obtém-se o valor aproximado de R\$ 25,33 (vinte e cinco reais e trinta e três centavos) por munícipe, conforme cálculo abaixo:

$$\frac{3.000.000,00}{118.455} \cong R\$ 25,33$$

O parâmetro de valor por munícipe foi utilizado apenas como indicador auxiliar de razoabilidade, não constituindo critério único para definição do valor estimado. A estimativa também considera a natureza contínua e sob demanda dos serviços de publicidade, a necessidade de atendimento das diversas unidades administrativas do Município, a execução de campanhas institucionais, educativas e informativas, bem como a possibilidade de desenvolvimento de ações em diferentes meios de comunicação.

Ressalta-se que, em razão da natureza dos serviços de publicidade, não é possível definir previamente a quantidade exata de campanhas, peças, inserções, produções, pesquisas ou serviços complementares que serão demandados durante a vigência contratual. Assim, o valor global estimado representa limite máximo de despesa, a ser utilizado conforme as necessidades efetivamente autorizadas pela Administração, sem obrigação de execução integral do montante previsto.

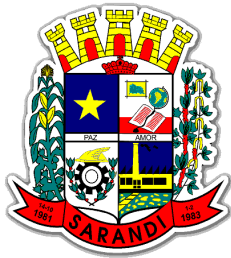
Além disso, a execução dos serviços deverá observar os procedimentos previstos na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à contratação de fornecedores especializados para atividades complementares, à apresentação de orçamentos quando cabível e ao controle dos custos de cada ação publicitária aprovada.

Dessa forma, considerando os parâmetros comparativos levantados, a faixa de valores por munícipe observada em contratações similares, às peculiaridades da comunicação institucional do Município de Sarandi/PR e a natureza sob demanda da execução contratual, entende-se que o valor máximo estimado de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais) mostra-se razoável e compatível com a solução pretendida.

8 DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Inicialmente, destaca-se que a Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece as normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, definindo de forma detalhada o escopo dessas atividades.

Nos termos do art. 2º da referida lei, os serviços de publicidade compreendem um conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos meios de divulgação, com a finalidade de informar o público em geral, difundir ideias ou promover bens e serviços.



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

Além das atividades principais, a legislação também contempla serviços complementares indispensáveis à execução do objeto contratual, conforme disposto no §1º do art. 2º, abrangendo: o planejamento e a realização de pesquisas e instrumentos de avaliação e conhecimento sobre mercado, público-alvo, meios de divulgação e resultados de campanhas; a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários; e o desenvolvimento de soluções inovadoras de comunicação, alinhadas às novas tecnologias, com vistas à ampliação da efetividade das mensagens institucionais.

No que se refere à execução de atividades que envolvam fornecedores especializados, a legislação estabelece regras específicas para garantir transparência e controle dos gastos públicos. Nesse sentido, o art. 14 da Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe que apenas pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Administração poderão fornecer bens ou serviços especializados relacionados às atividades complementares. Determina ainda que o contratado deverá apresentar, no mínimo, três orçamentos obtidos junto a fornecedores do mercado, garantindo maior competitividade e economicidade.

Dessa forma, a solução como um todo consiste na contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de publicidade institucional ao Município de Sarandi, a serem executados sob demanda, mediante prévia autorização da Administração, conforme as necessidades institucionais identificadas durante a vigência contratual.

A execução deverá observar rigorosamente as disposições legais aplicáveis, garantindo a correta prestação dos serviços de publicidade, a adequada gestão dos recursos públicos, o controle dos custos de cada ação publicitária e a conformidade com os princípios que regem a Administração Pública.

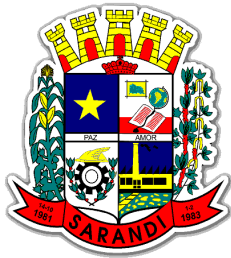
9 DO PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO

Justificativa para o não parcelamento da solução:

A presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, não comporta o parcelamento do objeto, uma vez que se trata de serviço de natureza predominantemente integrada e interdependente, cuja execução depende de fluxo contínuo e articulado entre suas diversas etapas.

Nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, os serviços de publicidade compreendem um conjunto orgânico de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, execução, intermediação, supervisão e distribuição das ações publicitárias, além de atividades complementares correlatas. Tais etapas estão intrinsecamente conectadas, de modo que sua fragmentação poderia comprometer a coerência estratégica das campanhas, a uniformidade da comunicação institucional e a adequada mensuração dos resultados.

O eventual fracionamento do objeto também poderia gerar aumento da complexidade operacional, com maior dificuldade de coordenação entre diferentes contratados, elevação dos



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

custos administrativos de gestão e fiscalização, além de riscos de sobreposição de esforços, retrabalho e perda de eficiência na execução das ações de comunicação pública.

Ademais, a centralização da execução em uma única agência contratada favorece a padronização da identidade institucional, a integração das estratégias de comunicação e a responsabilização clara pela entrega dos resultados, contribuindo para maior eficiência, economicidade e controle por parte da Administração Pública.

Ressalta-se, ainda, que não foram identificadas vantagens técnicas ou econômicas que justifiquem o parcelamento do objeto, tampouco prejuízo à competitividade do certame com a adoção da solução unificada. Pelo contrário, a contratação global mostra-se mais adequada à natureza do serviço, garantindo maior eficiência na gestão contratual e melhor atendimento ao interesse público.

Embora o art. 2º, §3º, da Lei Federal nº 12.232/2010 admita, mediante justificativa, a adjudicação do objeto a mais de uma agência de propaganda, essa opção exigiria a instituição de procedimento interno de seleção entre as contratadas, com metodologia previamente aprovada pela Administração e publicada em imprensa oficial, nos termos da legislação específica.

Considerando o porte da contratação, a demanda estimada do Município e a necessidade de simplificação da gestão, fiscalização e pagamento, entende-se que a contratação de uma única agência se mostra mais adequada, eficiente e proporcional ao atendimento do interesse público.

Dessa forma, conclui-se pela inviabilidade do parcelamento da solução, sendo técnica e administrativamente mais adequado o tratamento do objeto de forma integral e mediante contratação de uma única agência.

Critério de julgamento:

O critério de julgamento adotado para o presente certame será o de técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com o art. 36, §1º, da Lei Federal nº 14.133/2021, considerando a natureza predominantemente técnica, intelectual, criativa e estratégica dos serviços de publicidade a serem contratados.

A pontuação das propostas observará a ponderação de 70% (setenta por cento) para a proposta técnica e 30% (trinta por cento) para a proposta de preço, conforme critérios objetivos a serem definidos no edital, em razão da relevância da qualidade técnica para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

Tal proporção justifica-se porque a contratação de serviços de publicidade exige avaliação da estratégia de comunicação, da capacidade criativa, da adequação das soluções propostas, da experiência e da qualidade técnica apresentada pelas licitantes, sem afastar a necessária análise da vantajosidade econômica.



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

Dessa forma, busca-se garantir a contratação da proposta que apresente o melhor equilíbrio entre qualidade técnica e preço, assegurando maior eficiência na comunicação pública, melhor alcance das campanhas institucionais e atendimento mais efetivo ao interesse público.

Enquadramento como serviço especial:

Nos termos do art. 6º, inciso XIV, da Lei Federal nº 14.133/2021, consideram-se bens e serviços especiais aqueles que, por sua alta heterogeneidade ou complexidade, não podem ser descritos na forma do inciso XIII do mesmo artigo, sendo exigida justificativa prévia do contratante.

O serviço almejado nesta contratação enquadra-se como serviço especial, por envolver atividades intelectuais, técnicas, criativas e estratégicas, relacionadas ao estudo, planejamento, concepção, criação, execução, intermediação, supervisão e distribuição de ações publicitárias.

Em razão de sua natureza heterogênea e complexa, o objeto não se limita a padrões usuais de mercado que permitam sua adequada definição como serviço comum, exigindo análise qualitativa das propostas, especialmente quanto à estratégia de comunicação, capacidade criativa, adequação técnica das soluções apresentadas e compatibilidade com os objetivos institucionais da Administração.

Assim, o enquadramento como serviço especial mostra-se adequado e justificado, sem prejuízo da previsão, no edital, de critérios objetivos para avaliação das propostas, julgamento, habilitação e execução contratual.

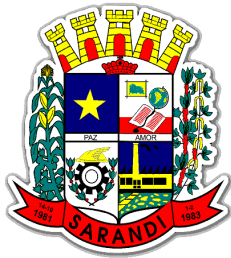
Forma de realização do certame:

A modalidade adotada para a presente contratação será a Concorrência Pública, considerando a natureza especial dos serviços de publicidade e propaganda a serem contratados, bem como o regime jurídico específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010.

Considerando que os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, técnica, criativa e estratégica, enquadram-se como serviços especiais, cuja contratação se compatibiliza com a modalidade Concorrência, nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021.

Dessa forma, conclui-se pela adoção da modalidade Concorrência, com critério de julgamento técnica e preço, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010 e com a Lei Federal nº 14.133/2021, assegurando a adequada avaliação técnica das propostas, a competitividade do certame e a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

A realização do certame ocorrerá na forma presencial, em razão das peculiaridades procedimentais previstas na Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

apresentação, guarda, abertura e julgamento dos invólucros contendo as propostas técnicas e de preços.

A forma presencial justifica-se pela necessidade de preservar o sigilo da autoria das propostas técnicas, em especial da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, que deve ser analisada pela Subcomissão Técnica sem qualquer elemento que permita a identificação da licitante. A realização presencial permite maior controle sobre o recebimento dos invólucros, a conferência de sua inviolabilidade, a abertura pública na ordem legalmente prevista e o registro formal dos atos praticados em sessão.

Assim, a adoção da forma presencial mostra-se necessária e adequada para assegurar a observância do rito especial da Lei Federal nº 12.232/2010, a imparcialidade do julgamento técnico, a isonomia entre os participantes, a transparência dos atos do procedimento e a segurança jurídica do certame.

Natureza continuada dos serviços:

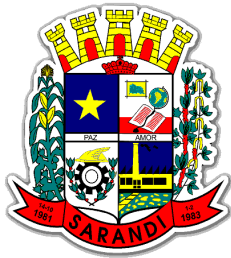
Os serviços de publicidade institucional possuem natureza continuada, nos termos do art. 6º, inciso XV, da Lei Federal nº 14.133/2021, por estarem relacionados à manutenção permanente da comunicação da Administração Municipal com a população.

A divulgação regular de atos, campanhas, programas, orientações, serviços e demais informações de interesse público constitui necessidade prolongada da Administração, diretamente relacionada aos princípios da publicidade, transparência e eficiência. Trata-se de serviço que não se exaure em uma única entrega, pois demanda planejamento integrado, execução contínua e atualização das ações publicitárias conforme as necessidades institucionais do Município.

Assim, a contratação caracteriza-se como serviço contínuo, por atender a necessidade permanente da Administração Pública, cuja interrupção pode comprometer a divulgação de informações de interesse coletivo e a adequada comunicação institucional com a população, admitindo-se a previsão de vigência e prorrogação contratual nos termos da Lei Federal nº 14.133/2021, desde que demonstrada a vantajosidade para a Administração e observadas as condições legais e contratuais aplicáveis.

Subcontratação:

Fica vedada a subcontratação. A vedação justifica-se pela natureza integrada e estratégica dos serviços de publicidade, os quais exigem execução centralizada e coordenação contínua por parte da agência contratada, conforme a sistemática estabelecida pela Lei Federal nº 12.232/2010. Trata-se de atividades que envolvem planejamento, criação, produção, supervisão e distribuição de ações publicitárias de forma interdependente, de modo que a fragmentação da execução poderia comprometer a unidade técnica, a coerência das campanhas e a padronização da comunicação institucional.



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

Além disso, a subcontratação ampliada dificultaria a fiscalização contratual pela Administração, enfraqueceria a rastreabilidade dos serviços executados e poderia gerar riscos à eficiência e ao controle dos gastos públicos, razão pela qual se mostra mais adequada a execução direta e integral do objeto pela agência contratada, garantindo maior governança, responsabilidade e aderência ao interesse público.

10 RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a presente contratação de serviços de publicidade, a serem executados por intermédio de agência de propaganda, busca-se alcançar resultados que contribuam diretamente para o fortalecimento da comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Sarandi, assegurando maior eficiência na divulgação das ações governamentais e no atendimento ao interesse público.

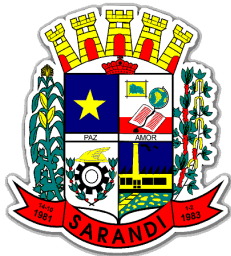
Espera-se, como resultado principal, a ampliação da transparência das atividades administrativas, com a divulgação clara, acessível e tempestiva de informações relacionadas a programas, campanhas, serviços e políticas públicas municipais, permitindo maior conhecimento e acompanhamento das ações da Administração por parte da população.

Pretende-se, ainda, melhorar a efetividade da comunicação pública, garantindo que as mensagens institucionais alcancem adequadamente os diferentes públicos-alvo, contribuindo para a conscientização da sociedade sobre temas de relevância coletiva, como saúde, educação, assistência social, mobilidade urbana, meio ambiente e demais áreas de atuação do Município.

Outro resultado esperado é o fortalecimento da relação entre o Poder Público e os cidadãos, promovendo maior aproximação institucional, incentivo à participação social e aumento da confiança da população nas ações governamentais, por meio de comunicação contínua, padronizada e coerente.

Busca-se também otimizar a utilização dos recursos públicos destinados à comunicação, assegurando maior racionalidade, planejamento e eficiência na aplicação das verbas de publicidade, em consonância com os princípios da Administração Pública, especialmente os da eficiência, economicidade e publicidade.

Por fim, almeja-se a consolidação de uma comunicação mais estratégica, integrada e alinhada às necessidades da Administração Municipal, contribuindo para a efetividade das políticas públicas e para o adequado atendimento do interesse coletivo.



PREFEITURA DE SARANDI
ESTADO DO PARANÁ
Secretaria Municipal de Administração

11 PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Previamente à celebração do contrato, deverão ser adotadas todas as providências administrativas e legais necessárias à adequada formalização da contratação, assegurando a conformidade do procedimento licitatório com a legislação vigente e com os princípios que regem a Administração Pública.

Inicialmente, deverá ser devidamente instruído o processo administrativo, com a consolidação do Estudo Técnico Preliminar, do Termo de Referência e dos demais documentos necessários à caracterização da demanda e à definição adequada do objeto a ser contratado, garantindo clareza, precisão e compatibilidade com as necessidades do Município de Sarandi.

Na sequência, deve-se assegurar a regular condução do procedimento licitatório, com observância integral à Lei Federal nº 12.232/2010 e às demais normas aplicáveis, incluindo a elaboração e publicação do edital, a definição dos critérios de julgamento, a constituição da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, a formação da relação de profissionais aptos a compô-la, a realização do sorteio de seus membros, bem como a execução das fases de julgamento, habilitação e adjudicação.

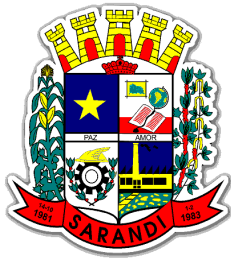
Também será necessário verificar previamente a regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e técnica da futura contratada, bem como a compatibilidade de sua atuação com as exigências legais específicas aplicáveis às agências de propaganda, incluindo o atendimento às disposições da Lei Federal nº 4.680/1965, da Lei Federal nº 12.232/2010 e demais normativos correlatos.

Adicionalmente, antes da formalização contratual, deverão ser confirmadas a disponibilidade orçamentária e a existência de dotação suficiente para suportar as despesas decorrentes da contratação, bem como emitidos os atos administrativos pertinentes à autorização da despesa e à designação do gestor e do fiscal do contrato.

Por fim, deverão ser adotadas medidas de organização interna para acompanhamento e fiscalização da execução contratual, incluindo a definição dos fluxos para solicitação, aprovação, acompanhamento e controle das ações de comunicação institucional, bem como a orientação ou capacitação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização contratual, quando necessário, de modo a garantir a adequada execução dos serviços e o atendimento do interesse público.

12 CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Como processo administrativo correlato e/ou interdependente, cabe citar o Chamamento Público nº 03/2025, destinado à formação da Subcomissão Técnica responsável



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

pela avaliação das propostas técnicas da presente licitação, ou outro procedimento que venha a substituí-lo.

A referida providência mostra-se necessária em razão do rito específico previsto na Lei Federal nº 12.232/2010, que exige a constituição de Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas no certame.

13 POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Considerando a natureza do objeto a ser contratado, não se identificam impactos ambientais relevantes decorrentes diretamente da prestação dos serviços de publicidade, uma vez que se trata predominantemente de atividade de caráter intelectual, criativo e técnico.

Ainda assim, de forma indireta, podem ser considerados eventuais impactos associados à execução operacional das atividades, tais como o consumo de recursos naturais em menor escala, especialmente papel, energia elétrica e insumos utilizados na eventual produção de materiais físicos. Todavia, tais impactos tendem a ser reduzidos, sobretudo em razão da crescente adoção de meios digitais de comunicação e divulgação institucional.

Nesse sentido, recomenda-se que a execução contratual, sempre que possível, priorize soluções digitais e sustentáveis, contribuindo para a redução do uso de recursos materiais e para a adoção de práticas mais eficientes e ambientalmente responsáveis. Quando necessária a produção de materiais físicos, deverão ser observadas medidas de uso racional de insumos, preferência por materiais recicláveis ou de menor impacto ambiental, quando tecnicamente viável, e adequada destinação dos resíduos eventualmente gerados.

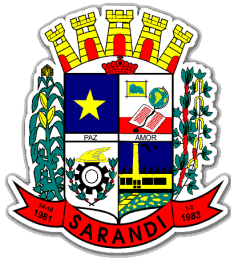
Tais medidas visam mitigar os impactos indiretos da contratação, em consonância com os princípios da sustentabilidade, da eficiência e da adequada gestão dos recursos públicos.

14 JUSTIFICATIVA

Da publicação posterior da primeira sessão pública e da análise da subcomissão técnica:

A Primeira Sessão Pública e a análise pela Subcomissão Técnica não serão transmitidas ao vivo, considerando a necessidade de preservação do sigilo das informações constantes das Propostas Técnicas, em especial, do Invólucro nº 01 – Via Não Identificada.

Ressalta-se que a Primeira Sessão Pública permanecerá aberta à presença dos licitantes e de quaisquer interessados, com exceção dos integrantes da Subcomissão Técnica, em observância ao rito previsto na Lei Federal nº 12.232/2010. Na referida sessão, será realizada a verificação dos invólucros e dos respectivos conteúdos, a fim de constatar a inexistência de marcas, sinais, palavras, elementos, resquílios ou quaisquer identificadores



PREFEITURA DE SARANDI

ESTADO DO PARANÁ

Secretaria Municipal de Administração

que possam revelar a autoria das propostas constantes das vias não identificadas antes do momento legalmente previsto para a abertura dos invólucros das vias identificadas.

As mídias digitais integrantes das propostas técnicas das licitantes serão abertas em computador e projetadas aos presentes na sessão, para fins de conferência e fiscalização pelos membros da Comissão de Contratação, licitantes e demais interessados presentes, resguardado o sigilo da autoria das propostas técnicas não identificadas.

Todos os atos praticados na sessão serão registrados em ata circunstanciada, a qual será disponibilizada publicamente. A gravação da Primeira Sessão Pública será publicada em momento posterior à Segunda Sessão Pública, de modo a evitar qualquer risco de identificação indevida das licitantes antes da conclusão da etapa de análise técnica da via não identificada.

Quanto à gravação da análise realizada pela Subcomissão Técnica, esta também será disponibilizada posteriormente, a fim de prevenir eventuais interferências externas no processo avaliativo e preservar a independência, a imparcialidade e a liberdade de julgamento de seus membros.

Dessa forma, a publicação posterior das gravações não tem por finalidade restringir a publicidade dos atos, mas sim compatibilizar a transparência do procedimento com a preservação do sigilo da autoria das propostas técnicas, a isonomia entre os licitantes, a imparcialidade da avaliação técnica e a segurança jurídica do certame.

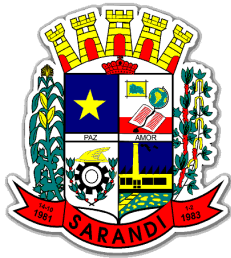
15 CONCLUSÃO DA ESCOLHA DA SOLUÇÃO PRETENDIDA

Com base na análise realizada no presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se pela viabilidade técnica, econômica e administrativa da contratação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, considerando as necessidades institucionais da Administração Pública Municipal de Sarandi.

A solução pretendida mostra-se compatível com os requisitos identificados, com as estimativas de demanda, com a descrição do objeto e com a necessidade de estruturação e fortalecimento da comunicação institucional, voltada à ampliação da transparência e à melhoria do acesso da população às informações de interesse público.

Consideram-se, ainda, as justificativas apresentadas quanto ao não parcelamento da solução, à adoção da modalidade Concorrência, ao critério de julgamento técnica e preço, à natureza especial e continuada dos serviços, bem como aos resultados pretendidos, que evidenciam a importância de uma atuação integrada e eficiente na comunicação governamental.

Dessa forma, diante do conjunto de elementos analisados ao longo deste Estudo Técnico Preliminar, entende-se como adequada e vantajosa a adoção da solução proposta,



PREFEITURA DE SARANDI
ESTADO DO PARANÁ
Secretaria Municipal de Administração

razão pela qual se vislumbra a continuidade do processo administrativo para a devida instrução do procedimento licitatório correspondente, observadas as disposições da Lei Federal nº 12.232/2010, da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis.

RESPONSÁVEL PELO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Sarandi, 02 de maio de 2026.

Daniele Cristine Alegre Pereira
Coordenadora de Administração, Licitação, Compras e Patrimônio

Fabio de Oliveira Bernado
Chefe de Gabinete