



**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP**

**SERVIÇOS**

<b>Setor Requisitante:</b>	ASC - Assessoria de Comunicação Social da UEM
<b>Equipe Responsável (Nome de todos os responsáveis):</b>	Lúcio Olivo Rosas
<b>Cargo, e-mails e telefones de todos os responsáveis:</b>	Nome completo: Lúcio Olivo Rosas Cargo: Assessor de Comunicação Social CPF 539.455.229-00 E-mail: lorosas@uem.br Telefone: (44) 3011-4206
<b>Objeto:</b>	Contratação de serviço de impulsionamento com aquisição de créditos de mídia digital (Facebook/Instagram/TikTok) para impulsionamento de conteúdo e campanhas institucionais nas redes sociais da Universidade Estadual de Maringá (UEM).
<b>Número do Protocolo/Pedido:</b>	127940/2026

Objeto:  Comum  Especial

Serviço:  Contínuo

Contínuo com dedicação exclusiva da Mão de obra

Não contínuo ou contratado por escopo

Serviço técnico especializado



## **1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE**

A Universidade Estadual de Maringá (UEM) oferece mais de 70 cursos de graduação, distribuídos entre seus câmpus em Maringá, Cidade Gaúcha, Cianorte, Goioerê, Ivaiporã e Umuarama. Anualmente, milhares de vagas são disponibilizadas para estudantes que desejam ingressar em uma das mais prestigiadas instituições de ensino superior do Brasil. Todos os anos a UEM realiza, ao menos 3 (três) vestibulares e apresenta variadas formas de ingresso ao ensino público estadual de graduação e pós-graduação.

Dada a importância desse processo seletivo para a comunidade acadêmica e para a sociedade em geral, é fundamental garantir que as informações sobre as formas de ingresso ao Ensino Superior alcancem o maior número possível de candidatos potenciais. A UEM precisa atingir tanto o público que está cursando o ensino médio quanto aqueles que já concluíram seus estudos, garantindo que todos estejam cientes das oportunidades oferecidas pela Universidade.

Embora a UEM já esteja utilizando suas redes sociais oficiais para divulgar informações sobre as formas de ingresso, a aquisição de créditos para impulsionamento digital é essencial para maximizar o alcance dessas campanhas. A segmentação do perfil e público-alvo, entre outros aspectos, deverão ser realizados por servidores da Universidade Estadual de Maringá (UEM), sob a responsabilidade da Assessoria de Comunicação Social (ASC). Desta maneira, o impulsionamento pode ser realizado grupos específicos com base em critérios como idade, localização e interesses, definidos pela ASC e pela Reitoria da UEM. Isso garantirá que a mensagem chegue de forma eficaz aos estudantes em potencial, aumentando a competitividade e a diversidade dos candidatos que participarão do processo seletivo ou das formas de ingresso.

O uso de créditos para impulsionamento permitirá à UEM competir de maneira mais razoável com outras instituições de ensino superior, que também utilizam essas ferramentas para atrair candidatos. Com a crescente importância das plataformas digitais na comunicação e no marketing, é imprescindível que a UEM adote estratégias que garantam a maior visibilidade possível para suas campanhas e formas de ingresso.

O principal objetivo é garantir que os conteúdos e as campanhas institucionais atinjam um público maior e mais bem definido, por regiões, por idade, por interesse e outros filtros disponíveis nas plataformas, através da gestão de tráfego pago, no Facebook/Instagram e TikTok (@oficialuem) que são as redes sociais que apresentam melhor retorno por investimento em impulsionamento.

## **2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL**

A presente Contratação está alinhada com o Plano de Contratações Anual – PCA 2026 da UEM, com número de ordem 11505, do PCA disponível no endereço eletrônico: <https://www.planejamento.pr.gov.br/Pagina/Plano-de-Contratacoes-Anual-do-Estado-PCA-E-2026>.



### 3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A contratação deverá contemplar a aquisição de créditos de mídia digital destinados ao impulsionamento de conteúdos institucionais nas plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads (TikTok), por meio das ferramentas oficiais de gerenciamento de anúncios disponibilizadas pelas próprias plataformas.

Os créditos adquiridos deverão possibilitar a criação, gestão e veiculação de campanhas de impulsionamento voltadas à divulgação de ações institucionais, campanhas informativas, processos seletivos, eventos acadêmicos, projetos de ensino, pesquisa e extensão, bem como outras iniciativas de interesse público de ensino de graduação e pós-graduação.

A solução contratada deverá permitir a segmentação de público por critérios como localização geográfica, faixa etária, interesses e outros parâmetros disponibilizados pelas plataformas, garantindo maior eficiência na comunicação com os públicos estratégicos da instituição.

Também deverá possibilitar o acompanhamento de métricas e relatórios de desempenho das campanhas, incluindo indicadores como alcance, impressões, engajamento e outros dados relevantes para avaliação das ações de comunicação institucional.

Os créditos deverão ser disponibilizados para uso nas contas institucionais oficiais da universidade (@oficialUEM) nas respectivas plataformas, assegurando autonomia na gestão das campanhas, transparência na aplicação dos recursos públicos e rastreabilidade das ações realizadas.

### 4. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES

Item	Detalhamento	Histórico de consumo	Estoque	Total a ser adquirido
1	Contratação de serviço de impulsionamento com aquisição de créditos de mídia digital (Facebook/Instagram/TikTok) para impulsionamento de conteúdo e campanhas institucionais nas redes sociais da Universidade Estadual de Maringá (UEM)	Não existe histórico de consumo para este pedido		R\$ 10.000,00
2	Contratação de serviço de impulsionamento com aquisição de créditos de mídia digital (Facebook/Instagram/TikTok) para impulsionamento de conteúdo e campanhas institucionais nas redes sociais da Universidade Estadual de Maringá (UEM)	Não existe histórico de consumo para este pedido		R\$ 10.000,00



## 5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

O levantamento de mercado foi realizado com o objetivo de identificar as soluções disponíveis para a ampliação do alcance das ações de comunicação institucional por meio de impulsionamento em redes sociais digitais.

Verificou-se que as plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads (TikTok) disponibilizam sistemas próprios e exclusivos para criação, gestão e impulsionamento de anúncios dentro de seus respectivos ambientes digitais. Essas ferramentas permitem a aquisição direta de créditos de mídia, os quais são utilizados para promover conteúdos institucionais a públicos segmentados, conforme critérios como localização geográfica, faixa etária, interesses e perfil de usuários.

Observou-se ainda que o impulsionamento de publicações nessas plataformas ocorre exclusivamente por meio de suas interfaces oficiais de anúncios, não havendo fornecedores alternativos capazes de oferecer o mesmo serviço com as mesmas funcionalidades e integração direta aos sistemas das redes sociais. Eventuais agências ou intermediários atuam apenas como gestores de campanhas, utilizando, contudo, as mesmas ferramentas oficiais das plataformas.

Nesse sentido, constatou-se que a aquisição direta de créditos de mídia nas plataformas Meta Ads e TikTok Ads apresenta-se como a solução mais adequada e eficiente para atender às necessidades institucionais de comunicação digital, uma vez que possibilita maior controle sobre as campanhas, transparência na aplicação dos recursos públicos e otimização do alcance das ações de divulgação.

Dessa forma, conclui-se que a contratação direta de créditos para impulsionamento nessas plataformas constitui a alternativa tecnicamente mais viável para atender à demanda de comunicação institucional em ambientes digitais.

## 6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Quantidade consumida	Quantidade prevista	Valor Unitário	Valor total
Meta ADS (Facebook/Instagram)	1 ano ou até acabarem os créditos	R\$	R\$ 10.000,00
TikTok ADS (TikTok)	1 ano ou até acabarem os créditos	R\$	R\$ 10.000,00
			R\$ 20.000,00
Justificativa	As datas de impulsionamento variam de acordo com os períodos de inscrições e os conteúdos institucionais, não necessitando ter uma divisão mensal de recursos. Os créditos digitais serão usados conforme decisão conjunta da ASC e Reitoria.		



## **7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

A solução proposta consiste na aquisição de créditos de mídia digital destinados ao impulsionamento de conteúdos institucionais nas plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads (TikTok), por meio das ferramentas oficiais de gerenciamento de anúncios disponibilizadas pelas próprias plataformas.

Os créditos serão utilizados para promover publicações institucionais relacionadas à divulgação de ações, campanhas informativas, eventos acadêmicos, processos seletivos, programas institucionais, projetos de ensino, pesquisa e extensão, bem como outras iniciativas de interesse público desenvolvidas pela instituição.

A solução permitirá a criação e gestão de campanhas de comunicação digital com possibilidade de segmentação do público-alvo, utilizando critérios como localização geográfica, faixa etária, interesses e demais parâmetros disponíveis nas plataformas, de modo a garantir maior efetividade no alcance das informações divulgadas.

Além disso, as ferramentas de anúncios disponibilizadas pelas plataformas possibilitam o acompanhamento de métricas e indicadores de desempenho das campanhas, tais como alcance, impressões, engajamento e interação do público, permitindo avaliar os resultados das ações de comunicação e aprimorar continuamente as estratégias de divulgação institucional.

A utilização direta das plataformas Meta Ads e TikTok Ads assegura maior eficiência na execução das campanhas, transparência na aplicação dos recursos públicos e autonomia na gestão das ações de comunicação digital pela equipe responsável.

A contratação de créditos de mídia digital para impulsionamento de conteúdos institucionais nas plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads encontra amparo na inexigibilidade de licitação, nos termos do art. 74 da Lei nº 14.133/2021, em razão da inviabilidade de competição.

## **8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO**

Não é necessário o parcelamento da solução. Entrega total dos créditos digitais em lote único.

## **9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS**

Com a contratação de créditos de mídia digital para impulsionamento nas plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads (TikTok), espera-se ampliar significativamente o alcance das ações de comunicação institucional da universidade, garantindo maior visibilidade às informações de interesse público divulgadas pela instituição.



A solução permitirá que conteúdos institucionais relacionados a processos seletivos, graduação, pós-graduação, campanhas informativas e da área de saúde, eventos acadêmicos, projetos de ensino, pesquisa e extensão e demais iniciativas institucionais alcancem públicos estratégicos de forma mais eficiente e direcionada.

Entre os resultados pretendidos, destacam-se o aumento do alcance e da visibilidade dos conteúdos e das as publicações institucionais, maior engajamento do público com a divulgação institucional, fortalecimento da presença digital da instituição e melhoria na efetividade da comunicação com a comunidade acadêmica e com a sociedade em geral.

Além disso, a utilização das ferramentas de impulsionamento possibilitará o acompanhamento de métricas e indicadores de desempenho das campanhas, permitindo avaliar os resultados obtidos e aperfeiçoar continuamente as estratégias de comunicação digital da instituição.

Dessa forma, a contratação direta contribuirá para tornar a comunicação institucional mais eficiente, ampliando o acesso da população às informações produzidas pela universidade e fortalecendo a transparência e a divulgação das ações institucionais.

#### **10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO**

Não se aplica. Não há necessidade de adequações, tendo em vista que a prestação dos serviços será realizada sob demanda específica. A fiscalização da execução do serviço ficará a cargo da Assessoria de Comunicação Social, que será responsável por fornecer os conteúdos e as campanhas institucionais a serem divulgados nas redes sociais, bem como pela aprovação dos materiais e das ações de impulsionamento da UEM.

#### **11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

Não é necessária a realização de contratações correlatas e/ou interdependentes para a viabilidade e contratação destes serviços e produtos.

#### **12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS**

Para a presente contratação não foram identificados possíveis impactos ambientais.

#### **13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA**

Após a análise das necessidades institucionais, do levantamento de mercado e das alternativas disponíveis, conclui-se que a contratação de créditos de mídia digital para impulsionamento de conteúdos nas plataformas Meta Ads (Facebook/Instagram) e TikTok Ads (TikTok) apresenta-se como solução adequada e necessária para ampliar o alcance das ações de comunicação institucional da universidade.



A utilização dessas ferramentas permitirá direcionar conteúdos e campanhas institucionais a públicos estratégicos, ampliando a visibilidade das atividades acadêmicas, científicas e institucionais desenvolvidas pela instituição, bem como fortalecendo a transparência e o acesso da sociedade às informações de interesse público.

Considerando que o impulsionamento de conteúdos nessas redes sociais ocorre exclusivamente por meio das ferramentas oficiais disponibilizadas pelas próprias plataformas, a aquisição direta de créditos de mídia digital configura-se como a alternativa tecnicamente mais viável e eficiente para atender às demandas de comunicação institucional.

Dessa forma, entende-se que a contratação proposta é adequada para atender à necessidade identificada, contribuindo para o aprimoramento das estratégias de comunicação digital e para a ampliação do alcance das ações institucionais desenvolvidas pela universidade.

#### **MATRIZ DE RISCO**

Os possíveis riscos e causas relacionadas à contratação dos serviços, bem como ações Preventivas e de Contingência para mitigar os riscos, estão descritos no arquivo Mapa de Riscos anexo a esta solicitação de serviço. Sendo de baixo risco, portanto, desnecessário a elaboração de matriz de risco, bem como sua inclusão em cláusula contratual.

**Será realizado o Gerenciamento dos Riscos**

**Não será realizado o Gerenciamento dos Riscos**

**Declaração de Viabilidade:**       **VIÁVEL**                       **INVIÁVEL**

Maringá, 08 de abril de 2026.

Lúcio Olivo Rosas  
Assessor de Comunicação Social  
Matrícula: 244976