

**MEMORANDO**

Número:	22/2025
Data:	Joaçaba, 27/03/2025
De:	Secretaria de Comunicação, Cultura, Turismo e Eventos
Para:	Secretaria de Administração e Finanças – Compras, Licitações e Contratos
Assunto:	Estudo Técnico Preliminar – Agência de Publicidade

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

O Estudo Técnico Preliminar é documento indispensável ao planejamento da licitação e constitui a primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução, conforme previsto na Lei Federal n. 14.133/2021, art. 6º, XX.

O Estudo tem por principal finalidade indicar a viabilidade técnica e econômica da contratação, a partir da explicitação da necessidade da contratação, requisitos da contratação, levantamento de mercado e estimativa das quantidades e valor da contratação.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

Tendo em vista que a Secretaria de Comunicação, Cultura, Turismo e Eventos constatou a necessidade de contratação de empresa para prestação dos serviços de publicidade institucional de cunho informativo, uma vez que no plano de cargos da municipalidade não prevê a disponibilidade de profissionais ou ainda serviços nas áreas específicas de publicidade institucional, solicitamos a elaboração do processo licitatório para contratação de agência de propaganda conforme estabelecido no presente Termo de Referência.

Uma agência de publicidade possui profissionais especializados em marketing, publicidade, design gráfico, mídia e comunicação. Esses especialistas têm conhecimento atualizado sobre as melhores práticas do setor, estratégias de marketing digital e off-line, bem como experiência em lidar com desafios específicos enfrentados por cidades e municípios.

Uma agência de publicidade terá melhores acessos a canais de mídia, redes sociais e outros meios de comunicação que certamente aumentarão o alcance e a visibilidade das campanhas do Município de Joaçaba. Isso permitirá que a mensagem do município

chegue a um público mais amplo, incluindo moradores, turistas, empresários e investidores potenciais.

Em resumo, a contratação de uma agência de publicidade é uma medida estratégica para promover o desenvolvimento econômico, turístico e social. Essa, permitirá que a cidade aumente sua visibilidade, fortaleça sua identidade, melhore a comunicação com os cidadãos e atraia investimentos. Ao utilizar a experiência técnica e criatividade da agência, o Município poderá alcançar seus objetivos de forma mais eficaz e estabelecer uma presença positiva e duradoura na mente do público-alvo.

2. PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

O Município ainda não contempla Plano de Contratações Anual, o qual está em fase de estruturação.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Compreender o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade e propaganda aos veículos e demais meios de divulgação.

Abranger o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo da publicidade institucional.

Acesso aos meios de comunicação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

Capacidade de realizar a produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários criados, bem como a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Objeto a ser contratado se enquadra na categoria serviços técnicos especializados, conforme definição do art. 6º da Lei 14.133/2021, por possuir natureza predominantemente intelectual.

Os serviços objeto da presente tomada de preço serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº. 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei nº. 12.232/2010.

A agência atuará em conformidade com o art. 3º da Lei nº. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados. Sendo vetada a subcontratação de outra agência de propaganda para a execução dos serviços solicitados.

Não será permitida a participação de consórcios. A justificativa para vedação à participação de consórcios decorre do fato da habilitação é comum e plenamente

alcançável por agências individualmente, aplicando-se o mesmo às exigências econômicas-financeiras. Desse modo, como a participação de consórcios é, na maioria das vezes, para as licitações que possuem qualificação técnica e financeira robustas, que precisem do somatório de esforços para atingi-las, veda-se a participação de empresas em união. Ademais, a participação de agências em consórcio, nesse caso, teria ação inversa da pretendida, uma vez que diminuiria o número de possíveis participantes.

A modalidade de licitação a ser utilizada é a Concorrência Pública, de forma presencial. Em função do procedimento específico da Lei n.º 12.232/2010, que prevê a entrega física das propostas técnicas, inclusive de forma apócrifa e sem qualquer possibilidade de identificação do autor da proposta, devendo ser rubricada por todos os concorrentes; bem como da necessidade de julgamento dessa proposta apócrifa pela Subcomissão Técnica, a presente Concorrência deve ser obrigatoriamente presencial. Frise-se, a Lei n.º 12.232/2010 possui procedimento incompatível a forma eletrônica devendo, portanto, ser obrigatoriamente presencial.

As sessões públicas realizadas no âmbito da presente Concorrência Presencial serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, segundo exigência do § 2º do art. 17 da Lei 14.133/2021, ficando o vídeo disponível para acesso a qualquer pessoa interessada em assisti-lo nas dependências do Departamento de Licitações.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

A estimativa de quantitativos foi feita com base no utilizado nos anos anteriores. Como houve inclusão de órgãos e entidades participantes, não se dispõe de um histórico completo de consumo dos serviços, sendo necessário estimar um quantitativo para a próxima contratação.

Além disso, o serviço conta com características peculiares que dificultam a definição de quantitativos: 1º) a remuneração dos prestadores de serviços é baseada em percentual de honorários e descontos; 2º) certas especificações de cada campanha de publicidade institucional, como duração e meios de inserção (rádio ou televisão), fazem com que os preços tenham significativa oscilação.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Os valores serão formados com base na Tabela Referencial de Custos e Serviços Internos, atualizada e editada pelo SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda), essa tabela é a referência oficial para elaboração de orçamentos de serviços internos pelas agências a seus clientes e pode ser consultada no sítio eletrônico a seguir: <https://www.sinaprosc.com.br/para-sua-agencia/valoresreferenciais-de-custos-internos.html>.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A despesa total estimada da contratação é de R\$ 950.000,00 (novecentos e cinquenta mil reais).

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO

A melhor solução encontrada é a contratação de agência que realize os serviços publicitários exigidos pelo Município.

8. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

O parcelamento da solução não é aplicável, pois trata-se de objeto de prestação de serviços de publicidade, cuja natureza envolve a execução da totalidade da prestação, nos termos do art. 3º da Lei nº. 4.680/1965 e Art. 14 da Lei n. 12.232/2010.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

A contratação de Agência de Publicidade visa os seguintes resultados:

- a) Dar maior transparência à divulgação das atividades relacionadas à Prefeitura Municipal de Joaçaba;
- b) Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas públicas, programas e ações da Prefeitura Municipal de Joaçaba;
- c) Divulgar de forma sistemática, em linguagem acessível e didática, os direitos do cidadão e dos serviços colocados à disposição pelo Município de Joaçaba;
- d) Disseminar informações corretas sobre assuntos de interesse público para os diferentes segmentos sociais;
- e) Fortalecer a imagem institucional e participação mais ativa da comunidade em geral;
- f) Disponibilizar informações pertinentes às atividades municipais.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Não se configura necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambientes visando o início da prestação dos serviços, pois a contratada os prestará em seu estabelecimento.

A contratação não apresenta peculiaridades que justifiquem a necessidade de capacitação específica, recomendando-se, todavia, que sejam servidores com conhecimentos na área de comunicação.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não haverá contratações correlatas, uma vez que a prestação dos serviços como um todo será executada pela agência de publicidade futuramente contratada.

12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS

O serviço proposto não gera possíveis impactos ambientais e por isso não é aplicável ao caso.

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

A forma mais adequada é a contratação, por meio de processo licitatório, de agência de publicidade, para atender a todos os requisitos essenciais exigidos pela Prefeitura Municipal de Joaçaba.

As agências de publicidade detêm o know-how para elaborar campanhas de divulgação estruturadas com elementos que impactam, emocionam e sensibilizam o público a partir de uma mensagem.

Além das campanhas a serem veiculadas nas mídias, as agências de publicidade também podem executar outros serviços de divulgação: banners, outdoors, vídeos internos, tutoriais, etc.

As agências também contam com profissionais capacitados em diferentes áreas, como mídia, planejamento, criação e outras funções para tirar consubstanciar a ideia publicitária.

Atenciosamente,

Paulo Guilherme Krause

Secretário de Comunicação Cultura, Turismo e Eventos