



## SECRETARIA DE GOVERNO

### ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

#### INTRODUÇÃO

Analisar a demanda e identificar, no mercado, a alternativa mais adequada, em conformidade com a legislação vigente e os princípios da Administração Pública.

#### 1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

O Município de Caçador, por meio de suas secretarias, fundos e autarquias, desenvolve diversas ações, programas e serviços públicos que demandam comunicação institucional clara, acessível, padronizada e contínua com a população.

A publicidade dos atos administrativos constitui princípio constitucional, nos termos do art. 37 da Constituição Federal, devendo observar caráter educativo, informativo e de orientação social, vedada a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. Nesse contexto, a comunicação institucional configura instrumento essencial para a transparência da gestão pública, o fortalecimento do controle social e a ampliação do acesso da população às informações de interesse coletivo.

Nos últimos anos, verifica-se o aumento da complexidade e do volume das atividades institucionais, o que amplia a necessidade de planejamento e execução de ações estruturadas de comunicação. A Administração Pública demanda a divulgação contínua de campanhas educativas, programas sociais, serviços públicos, avisos oficiais e ações de interesse coletivo, utilizando múltiplos canais e formatos, de forma a alcançar públicos diversos.

Dentre as principais necessidades identificadas, destacam-se: o planejamento estratégico de comunicação institucional; o desenvolvimento e execução de campanhas de caráter informativo, educativo e de orientação social; a produção de conteúdos e peças institucionais; a divulgação de atos, programas e serviços públicos; e o apoio à gestão e organização da comunicação em diferentes meios e plataformas.

Adicionalmente, observa-se que o Município não dispõe, em sua estrutura administrativa, de meios técnicos e operacionais suficientes para atender, com a especialização, escala e continuidade necessárias, às demandas de comunicação institucional, o que evidencia a necessidade de viabilização de solução especializada.



Assim, a adoção de solução adequada à execução dessas atividades mostra-se necessária para assegurar maior efetividade na comunicação pública, garantir a adequada divulgação das ações governamentais e promover o atendimento ao interesse público.

## **2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL**

O objeto encontra-se previsto no Plano de Contratações Anual (PCA) de 2026 da Administração Municipal, devidamente registrado no Plano Nacional de Contratações Públicas (PNCP), sob o ID nº 48 – Serviços de agência de publicidade.

A previsão no PCA demonstra a compatibilidade da demanda com o planejamento administrativo e orçamentário do Município, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da regulamentação municipal vigente.

Adicionalmente, considerando a necessidade de atendimento a diferentes unidades administrativas, será providenciada, quando necessário, a adequação ou inclusão de registros específicos no PCA das unidades gestoras envolvidas, como a Secretaria de Assistência Social e o Fundo Municipal de Saúde, de modo a assegurar a adequada vinculação da despesa e a conformidade com os instrumentos de planejamento.

## **3. LEVANTAMENTO DE MERCADO**

O levantamento de mercado foi realizado com base na análise de contratações similares promovidas por outros entes da Administração Pública, com consulta a registros disponíveis no Plano Nacional de Contratações Públicas (PNCP), em observância às diretrizes da Lei nº 14.133/2021.

Verificou-se que diversos municípios têm adotado soluções especializadas para execução de serviços de comunicação institucional e publicidade, contemplando atividades de planejamento, criação, produção e divulgação de campanhas de interesse público.

Dentre os procedimentos identificados, destacam-se:

- Município de Palhoça/SC – ID PNCP 82892316000108-1-000614/2024;
- Município de Assis Chateaubriand/PR – ID PNCP 76208479000118-1-000062/2024;
- Município de Concórdia/SC – ID PNCP 83024257000100-1-000018/2025;
- Município de Três Barras do Paraná/PR – ID PNCP 78121936000168-1-000014/2025.

As contratações analisadas apresentam objetos compatíveis com a necessidade do Município de Caçador, abrangendo serviços técnicos de comunicação institucional e publicidade, com execução de campanhas informativas, educativas e de orientação social.



Observa-se, ainda, que o mercado dispõe de fornecedores especializados na prestação desses serviços, sendo prática recorrente na Administração Pública a adoção de soluções estruturadas para atendimento contínuo das demandas de comunicação institucional.

No que se refere à formação de preços, verificou-se que podem ser utilizados referenciais técnicos reconhecidos pelo setor, como tabelas referenciais de entidades representativas, a exemplo do SINAPRO, bem como parâmetros de mercado aplicáveis, a serem detalhados nas etapas subsequentes do planejamento.

Assim, o levantamento de mercado evidencia a existência de múltiplos fornecedores aptos à execução do objeto, bem como a viabilidade de adoção de solução compatível com as práticas de mercado e com as necessidades da Administração Pública.

#### **4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA**

Considerando a natureza intelectual dos serviços de publicidade e propaganda, regulamentados pela Lei nº 12.232/2010, a solução adequada para atender à necessidade do Município de Caçador é a realização de Concorrência Pública, do tipo técnica e preço, na forma presencial.

Nos termos do art. 17, §2º, da Lei nº 14.133/2021, a opção pela forma presencial justifica-se pelas peculiaridades do objeto. A legislação específica prevê que a avaliação das propostas técnicas seja realizada por Subcomissão Técnica, composta por profissionais de reputação ilibada e notório conhecimento na área. A forma presencial garante maior controle sobre o recebimento e a análise das propostas, assegurando a integridade da documentação, o cumprimento dos critérios do edital e a transparência do processo de julgamento.

A contratação terá caráter contínuo e integrado, com a execução dos serviços se dando mediante ordens de serviço específicas, contendo a descrição das ações, prazos e valores autorizados. A remuneração da agência será calculada sobre os valores previstos na Tabela Referencial do SINAPRO/SC, aplicando-se o desconto ofertado para serviços internos e os honorários estabelecidos para serviços externos, assegurando padronização e controle de custos.

O julgamento do preço, por sua vez, ocorrerá pela aplicação de percentuais de desconto sobre a tabela de referência, sistemática própria do setor e diferenciada de contratações convencionais, reforçando a adequação da concorrência técnica e preço.

O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação, observados os limites legais, garantindo atendimento às demandas de comunicação institucional de forma planejada, transparente e eficiente.



Por fim, em atenção aos princípios da publicidade e da transparência, todas as sessões serão registradas em áudio e vídeo, com possibilidade de transmissão em tempo real pelos canais oficiais do Município, assegurando o acompanhamento público e o pleno controle social do processo.

## **5. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS**

A implementação da solução visa assegurar maior eficiência na comunicação institucional do Município de Caçador, possibilitando a ampla divulgação de atos oficiais, programas, projetos e serviços públicos, em conformidade com os princípios da publicidade e da transparência administrativa.

Espera-se proporcionar à população acesso a informações claras, padronizadas, tempestivas e acessíveis, contribuindo para o fortalecimento do controle social e da participação cidadã nas ações governamentais.

No âmbito das campanhas institucionais, almeja-se ampliar a efetividade das ações de caráter educativo, informativo e de orientação social, promovendo maior alcance e engajamento da população em áreas como saúde, educação, assistência social, meio ambiente, segurança e demais políticas públicas.

Pretende-se, ainda, garantir a padronização da identidade visual e da linguagem institucional adotada pela Administração Municipal, reduzindo inconsistências comunicacionais e fortalecendo a credibilidade das mensagens veiculadas.

Como resultado adicional, busca-se otimizar a aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação institucional, assegurando qualidade técnica, criatividade e uso racional dos meios de divulgação, de modo a ampliar o impacto das campanhas, observados os princípios da economicidade e da eficiência administrativa.

Os resultados poderão ser acompanhados por meio de indicadores de desempenho relacionados ao alcance das campanhas, nível de engajamento, padronização da comunicação institucional e efetividade das ações divulgadas.

## **6. REQUISITOS DA SOLUÇÃO**

A solução deverá observar os requisitos previstos na legislação aplicável, em especial a Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, bem como as disposições da Lei nº 14.133/2021, no que couber, assegurando conformidade jurídica, eficiência e atendimento ao interesse público.

Para atendimento às demandas de comunicação institucional do Município, a solução deverá contemplar, de forma integrada, atividades relacionadas a:



- apoio às ações de divulgação e promoção de interesse público;
- planejamento e execução de campanhas de caráter educativo, informativo e de orientação social;
- desenvolvimento e divulgação de conteúdos institucionais e comunicados oficiais;
- criação de identidade visual e produção de peças de comunicação em diferentes formatos e meios;
- gestão de canais e mídias institucionais;
- realização de estudos e levantamentos que subsidiem estratégias de comunicação institucional.

No que se refere à formação de preços, poderão ser adotados referenciais técnicos reconhecidos pelo setor publicitário, a exemplo de tabelas referenciais de entidades representativas, bem como parâmetros de mercado aplicáveis, a serem definidos de forma detalhada nas etapas subsequentes do planejamento.

## **7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES**

Nos serviços de publicidade e propaganda, não é possível definir previamente, de forma exata e exaustiva, um rol fixo de produtos, peças ou quantitativos a serem executados ao longo da vigência contratual. A cada demanda encaminhada pela Administração poderão ser necessárias soluções distintas, compatíveis com a finalidade da comunicação pretendida, abrangendo, entre outras possibilidades, campanhas educativas, informativas e de orientação social, bem como peças gráficas, digitais, audiovisuais e demais ações de comunicação institucional.

Diferentemente de contratações padronizadas, em que os quantitativos podem ser previamente estabelecidos em planilhas unitárias, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual, estratégica e criativa, sendo desenvolvidos conforme as necessidades concretas apresentadas pela Administração no curso da execução contratual.

Nesse contexto, a estimativa da demanda não se traduz em quantitativos fixos previamente mensuráveis, mas sim em previsão global de atendimento, compatível com o histórico de necessidades de comunicação institucional do Município e com o valor total estimado para a contratação.

Assim, o dimensionamento das ações será realizado de forma progressiva, mediante ordens de serviço específicas, com definição dos objetos, características, prazos e custos correspondentes, observados os referenciais aplicáveis ao setor e os critérios que vierem a ser detalhados no Termo de Referência e no instrumento convocatório.



## 8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

estimativa do valor da contratação foi realizada com base em dados históricos do Município de Caçador, considerando o último processo licitatório para serviços de publicidade, realizado no exercício de 2024, cujo valor global foi de **R\$ 870.000,00 (oitocentos e setenta mil reais)**.

Para fins de atualização do montante, visando refletir as condições atuais de mercado, foi aplicado índice inflacionário acumulado no período, correspondente a aproximadamente **7,5% (sete vírgula cinco por cento)**, resultando no valor estimado de **R\$ 915.000,00 (novecentos e quinze mil reais)**.

A metodologia adotada encontra respaldo no art. 23 da Lei nº 14.133/2021, que admite a utilização de dados históricos e parâmetros de mercado como referência para a estimativa de preços, especialmente em contratações cuja natureza não permite a definição prévia de quantitativos e preços unitários de forma detalhada.

Ressalta-se que, em razão das características dos serviços de publicidade, de natureza intelectual e executados sob demanda, o valor estimado representa o limite global máximo para a execução contratual, não configurando obrigação de execução integral.

Para fins de planejamento e controle orçamentário, o valor estimado foi distribuído entre os órgãos e entidades da Administração Municipal, conforme levantamento de necessidades, da seguinte forma:

- Secretaria de Assistência Social – R\$ 100.000,00
- Secretaria de Educação – R\$ 200.000,00
- Gabinete do Prefeito – R\$ 100.000,00
- Secretaria de Saúde – R\$ 400.000,00
- Secretaria de Agricultura – R\$ 40.000,00
- Gabinete do Vice-Prefeito – R\$ 5.000,00
- Secretaria de Fazenda – R\$ 35.000,00
- Secretaria de Administração – R\$ 35.000,00

Total estimado: **R\$ 915.000,00 (novecentos e quinze mil reais)**.

Os serviços serão executados de forma parcelada e sob demanda, mediante emissão de ordens de serviço ao longo da vigência contratual, observadas as necessidades da Administração e a disponibilidade orçamentária.



A estimativa poderá ser complementada, no Termo de Referência, com análise de contratações similares de outros entes públicos e referenciais do setor publicitário.

## **9. JUSTIFICATIVA PARA O NÃO PARCELAMENTO**

O parcelamento do objeto não se mostra tecnicamente viável, nos termos do art. 47 da Lei nº 14.133/2021, uma vez que os serviços de publicidade e propaganda possuem natureza integrada e interdependente.

A execução das ações de comunicação institucional envolve, de forma articulada, etapas de planejamento, criação, produção e divulgação de campanhas, que devem ser conduzidas sob coordenação unificada, a fim de assegurar coerência estratégica, padronização da linguagem institucional e efetividade na comunicação com a população.

A eventual divisão do objeto em múltiplos contratos ou lotes poderia comprometer a qualidade técnica das entregas, gerar descontinuidade nas ações de comunicação, dificultar a gestão contratual e resultar em perda de eficiência administrativa, além de prejudicar a uniformidade da identidade institucional do Município.

Ademais, os serviços de publicidade caracterizam-se como solução única e indivisível sob o ponto de vista funcional, não sendo recomendável sua fragmentação, tendo em vista que os diversos componentes que integram a comunicação institucional são complementares e interdependentes. Dessa forma, a contratação em objeto único mostra-se mais adequada ao atendimento do interesse público, garantindo maior eficiência, economicidade e qualidade na execução dos serviços.

## **10. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

Considerando a natureza dos serviços a serem executados, caracterizados como serviços técnicos especializados de publicidade, de caráter predominantemente intelectual, a seleção da solução deverá observar o regime jurídico específico estabelecido pela Lei nº 12.232/2010.

Dessa forma, a escolha do fornecedor deverá ocorrer por meio de processo licitatório que adote critérios combinados de técnica e preço, compatíveis com a complexidade do objeto e com a necessidade de avaliação da capacidade criativa, estratégica e técnica das propostas apresentadas. A adoção do julgamento por técnica e preço justifica-se pela necessidade de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, considerando não apenas o custo, mas também a qualidade técnica das soluções apresentadas, essencial para assegurar a efetividade das ações de comunicação institucional.



Estado de Santa Catarina  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAÇADOR

Nos termos da legislação aplicável, a análise das propostas técnicas deverá ser realizada por subcomissão técnica especializada, composta por profissionais com qualificação compatível, garantindo julgamento técnico isento, objetivo e alinhado às exigências do setor.

A adoção da forma presencial para realização da presente concorrência pública decorre das peculiaridades inerentes às contratações de serviços de publicidade submetidas ao regime especial da Lei nº 12.232/2010, especialmente em razão da necessidade de preservação do sigilo da autoria das propostas técnicas, da utilização de invólucros físicos não identificados, do processamento sequencial das fases de julgamento técnico e da atuação da Subcomissão Técnica especializada.

O procedimento exige o recebimento, custódia, abertura e cotejo físico de envelopes distintos, incluindo via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, em dinâmica incompatível com as funcionalidades atualmente disponibilizadas pelas plataformas eletrônicas de compras públicas, inclusive o Compras.gov.br.

A forma presencial mostra-se necessária para assegurar:

I – a preservação efetiva do anonimato das propostas técnicas;

II – a integridade dos invólucros físicos;

III – a segregação adequada das fases procedimentais;

IV – a atuação independente da Subcomissão Técnica;

V – o julgamento objetivo e imparcial das propostas;

VI – a observância integral do rito previsto na Lei nº 12.232/2010.

A opção pela forma presencial não afasta a observância dos princípios da publicidade, transparência, competitividade, isonomia e controle, sendo adotadas medidas de rastreabilidade e transparência procedimental, incluindo protocolo formal, registro em ata e demais disposições legais.

## 11. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Para viabilizar a adequada implementação da solução e assegurar a regularidade do procedimento licitatório e da futura execução contratual, deverão ser adotadas as seguintes providências prévias:

- **Elaboração e aprovação do Termo de Referência**, contendo a descrição detalhada do objeto, critérios de julgamento, metodologia de execução, forma de remuneração e demais condições da contratação, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e a Lei nº 12.232/2010;
- **Definição e formalização da equipe de planejamento e gestão da contratação**, incluindo a indicação dos responsáveis pela condução do processo, bem como pela futura fiscalização e gestão contratual, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021;



- **Instituição da Subcomissão Técnica**, conforme previsto na Lei nº 12.232/2010, mediante procedimento formal que assegure a seleção de profissionais com qualificação compatível, observados os critérios de impedimento e suspeição;
- **Verificação da disponibilidade orçamentária**, com alinhamento junto às unidades gestoras envolvidas, em conformidade com os instrumentos de planejamento orçamentário;
- **Definição de diretrizes institucionais de comunicação**, quando aplicável, visando orientar a execução das ações e assegurar a padronização da identidade visual e da linguagem institucional;
- **Estruturação dos fluxos internos de demanda**, com definição de procedimentos para solicitação, aprovação e acompanhamento das ações de comunicação institucional.

## 12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Não foram identificadas contratações correlatas ou interdependentes que condicionem ou sejam condicionadas à implementação da solução ora proposta.

Ressalta-se que as ações de comunicação institucional poderão, eventualmente, demandar a contratação de serviços complementares específicos, tais como produção gráfica, audiovisual ou serviços de mídia, os quais, quando não contemplados no escopo da solução, deverão ser avaliados e contratados de forma independente, observada a legislação aplicável.

## 13. IMPACTOS AMBIENTAIS

A execução da solução proposta apresenta impactos ambientais indiretos, relacionados principalmente à produção e veiculação de materiais de comunicação institucional em meios físicos e digitais.

Dentre os principais aspectos ambientais associados, destacam-se:

- consumo de insumos na produção de materiais impressos, como papel e tintas;
- geração de resíduos decorrentes de peças gráficas e materiais promocionais;
- utilização de recursos energéticos em processos de produção audiovisual e digital;
- utilização de meios digitais, os quais apresentam menor impacto ambiental em comparação aos meios físicos tradicionais;
- possibilidade de ocorrência de impactos ambientais de natureza urbana, como poluição visual e sonora, especialmente em ações presenciais ou utilização de mídias físicas.

Como medidas mitigadoras, a solução deverá privilegiar, sempre que possível:

- o uso de meios digitais para divulgação das campanhas institucionais;
- a racionalização da produção de materiais físicos, evitando desperdícios;



- a adoção de práticas sustentáveis na produção de peças impressas, como utilização de materiais reciclados ou certificados;
- o planejamento adequado das ações de comunicação, de forma a minimizar impactos visuais e sonoros, observadas as normas locais aplicáveis;
- a adoção de boas práticas ambientais por parte dos fornecedores envolvidos na execução das ações.

Ressalta-se que, em razão da natureza do objeto, os impactos ambientais são considerados de baixa relevância direta, podendo ser adequadamente mitigados mediante a adoção das medidas acima descritas.

#### **14. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO**

Com base nas análises realizadas ao longo do presente Estudo Técnico Preliminar, conclui-se que a implementação da solução proposta mostra-se viável sob os aspectos técnico e econômico para o atendimento das necessidades de comunicação institucional do Município de Caçador.

Sob o aspecto técnico, verifica-se que a solução é compatível com as demandas da Administração, permitindo a execução integrada das ações de comunicação institucional, com qualidade, padronização e efetividade.

Do ponto de vista econômico, a estimativa de valor encontra-se fundamentada em dados históricos e parâmetros de mercado, demonstrando adequação aos preços praticados e compatibilidade com a capacidade orçamentária do Município.

No que se refere aos aspectos legais, a solução está estruturada em conformidade com a legislação aplicável, especialmente a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021, não sendo identificados, em análise preliminar, impedimentos à sua implementação, sem prejuízo da análise jurídica a ser realizada nas etapas subsequentes do processo.

Dessa forma, recomenda-se o prosseguimento do processo de contratação, com a elaboração do Termo de Referência e demais etapas cabíveis.

Caçador, 22 de Abril de 2026.