

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

Contratar empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, pelo período de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado para até 120 meses.

1.2. Justificativa da necessidade

A contratação se faz necessária, considerando que a comunicação é comprovadamente um instrumento essencial para assegurar o acesso à informação pela sociedade. Por meio de campanhas e estratégias de comunicação, os cidadãos Guaramirenses têm acesso a informações sobre seus direitos e deveres, bem como sobre ações e políticas públicas promovidas pelo governo.

Nesse contexto, a Administração Municipal entende que a contratação de serviços especializados em publicidade e propaganda constitui uma iniciativa de caráter contínuo, desempenhando um papel indispensável para garantir uma comunicação transparente, eficiente e eficaz entre o poder público e a comunidade.

Essa iniciativa é crucial para:

- Promover a disseminação de informações relevantes sobre programas, serviços e políticas públicas;
- Fortalecer a relação de confiança e participação entre a administração pública e os cidadãos;
- Estimular o engajamento social e a conscientização sobre temas prioritários para o município.

Além disso, a publicidade institucional desempenha um papel estratégico em diversas áreas. No setor de eventos e turismo, impulsionam a economia local, beneficiando o comércio, a hotelaria e o setor de serviços. A ausência de publicidade pode reduzir o fluxo de turistas e visitantes, impactando a arrecadação municipal e a geração de empregos.

Na área de mobilidade, a falta de campanhas informativas sobre mudanças no transporte público, segurança, interdições de vias e novas regulamentações de trânsito pode causar desorganização, atrasos e até o aumento no número de acidentes, afetando diretamente a rotina da população.

A publicidade também é essencial para eventos esportivos e culturais, pois a divulgação adequada atrai participantes e público, garantindo o sucesso das iniciativas promovidas pelo município.



No setor da saúde, a comunicação eficiente é fundamental para campanhas de vacinação, prevenção de doenças, orientações sobre atendimentos médicos e ações emergenciais em situações de crise sanitária. A falta de informação pode comprometer o acesso da população a serviços essenciais, impactando diretamente a qualidade de vida.

Em relação ao abastecimento de água, campanhas educativas sobre consumo consciente, prevenção ao desperdício e orientações em casos de racionamento ou manutenções na rede garantem que a população esteja preparada para lidar com eventuais dificuldades, evitando transtornos desnecessários.

Na educação, a publicidade institucional fortalece programas de incentivo ao ensino, projetos educacionais e informações relevantes para pais, alunos e professores. Esse suporte é essencial para garantir o acesso à educação de qualidade e estimular a participação da comunidade escolar.

Ademais, campanhas voltadas para públicos específicos, como crianças, adolescentes, idosos e grupos voluntários, desempenham um papel fundamental no fortalecimento da cidadania, na socialização e na promoção de um envelhecimento saudável. Essas iniciativas contribuem para a prevenção da violência e a proteção de grupos vulneráveis, promovendo a coesão social e o bem-estar da população.

De acordo com o inciso XIV, art. 6º da Lei nº 14.133/2021, o serviço será classificado como serviço especial, considerando sua natureza técnica e a necessidade de qualificação especial para a execução dos serviços.

Portanto, a contratação proposta não apenas atende à necessidade de manter uma comunicação estruturada, mas também reflete o compromisso com a transparência, a acessibilidade e o fortalecimento do vínculo entre o governo municipal e a população.

2. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

A contratação segue os ritos da Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Para tanto, a referida lei diz que obrigatoriamente devem-se adotar para a concorrência os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, sendo que para essa contratação optou-se pelo tipo **técnica e preço**.

Poderá participar da concorrência a licitante que:

- a) atender as condições previstas no edital e apresentar os documentos nele exigidos;
- b) não tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com o Poder Público.

Nenhuma licitante poderá participar da concorrência com mais de uma proposta.



Nenhuma pessoa física, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma pessoa jurídica licitante. Esse representante, todavia, poderá fazer-se acompanhar de um assessor.

Também ficam impedidas de participar do certame, pessoas jurídicas que, dentre seus dirigentes (responsáveis técnicos ou legais), suas equipes técnicas, bem como, dentre eventuais subcontratados, figure ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta do Município de Guaramirim.

A subcomissão técnica, será constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em jornalismo, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, conforme Lei nº 12.232/2010.

A concorrência será processada e julgada pela Comissão de Contratação de Licitação, exceto a análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

Para garantir a plena execução do contrato e a legalidade do processo licitatório, as empresas participantes deverão atender a uma série de requisitos de habilitação técnica, jurídica, fiscal e econômico-financeira, assegurando a capacidade e a idoneidade dos licitantes.

2.1. Habilitação Jurídica através de:

- a)** Prova de registro comercial e suas alterações, no caso de empresa individual;
- b)** Ato constitutivo, estatuto ou contrato social e suas alterações e/ou consolidação em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, com prova da diretoria em exercício e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento (ata) de eleição de seus administradores, no qual deverá estar contemplado, dentre os objetos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatíveis com o objeto da licitação;
- c)** Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

2.2. Regularidade Fiscal representada por:

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ), com situação ativa;
- b)** Prova de Regularidade referente a Tributos Federais e Dívida Ativa da União expedida pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional/Secretaria da Receita Federal do Brasil;





- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, da sede da proponente;
- d) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, da sede da proponente;
- e) Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS (Certificado de Regularidade do FGTS – CRF).
- f) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas CNDT (perante a Justiça do Trabalho); e
- g) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta licitação. Para comprovar a inscrição, a licitante poderá apresentar declaração ou certidão expedida por secretaria de finanças do município (ou equivalente) ou, ainda, alvará de licença para funcionamento, qualquer deles em vigor na data limite fixada para o recebimento dos envelopes.

2.3. Qualificação Econômico-Financeira, constante de:

- a) Certidão negativa de feitos sobre falência expedida pelo distribuidor da sede do licitante.
- b) Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, conforme inciso I do art. 69 da Lei nº 14.133/21.
 - b.1) Os documentos exigidos no item b serão limitados ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.
 - b.2) as empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e ficarão autorizadas a substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.
 - b.3) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade e pelo representante legal da empresa;
 - b.4) A boa situação financeira da empresa licitante será aferida através da apuração do Índice de Liquidez Geral (**ILG**), Índice de Solvência Geral (**ISG**) e Índice de Liquidez Corrente (**ILC**), representado por:

ILG = ativo circulante + realizável a LP

passivo circulante + exigível a LP

Obs.: somente será considerada habilitada a licitante cujo fator resultar num valor igual ou superior a 1,00 (um).

ISG= Ativo Total





PC = Passivo Circulante

ELP = Exigível a Longo Prazo

Obs.: somente será considerada habilitada a licitante cujo fator resultar num valor igual ou superior a 1,00 (um).

ILC= AC

PC

AC = Ativo Circulante PC = Passivo Circulante

Obs.: somente será considerada habilitada a licitante cujo fator resultar num valor igual ou superior a 1,00 (um).

b.4.1) as fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço;

b.4.1.1) caso o memorial não seja apresentado, a **Comissão** reserva-se o direito de efetuar os cálculos;

b.5) As empresas que se utilizam do sistema público de escrituração – SPED – deverão comprovar a escrituração contábil digital – ECD – por meio de recibo de entrega junto à receita federal e, igualmente, deverão apresentar o balanço patrimonial do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei.

c) As empresas que apresentarem resultado inferior a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (ILG), Solvência Geral (ISG) e Liquidez Corrente (ILC) deverão comprovar capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo, no valor de 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

2.4. Qualificação Técnica representada por:

a) Comprovante de registro ou inscrição na entidade profissional competente (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado onde tem sede a licitante ou a ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade).

b) Certificado de qualificação técnica de funcionamento fornecido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão –CENP, conforme o disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/10.

c) Declaração de que a empresa licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, planejamento, criação, execução, mídia, produção, gerenciamento operacional e administração.

d) Comprovação do licitante de possuir, na data prevista para entrega da proposta, vínculo com, no mínimo 02 (dois) profissionais de nível superior ou outro devidamente reconhecido pelo sindicato da classe, na forma dos artigos 6º e seguintes da Lei Federal nº 4.680/65. A comprovação de vínculo profissional se fará com a apresentação de cópia da carteira de trabalho (CTPS), ou da ficha de registro de empregado, ou de contrato de



prestação de serviço, ou do contrato social da licitante em que conste o profissional como sócio.

2.5. Definição para Vedação da Participação de Consórcios

A vedação à participação de empresas reunidas em consórcio no presente certame encontra respaldo no art. 15 da Lei nº 14.133/2021, que permite à Administração, mediante justificativa expressa, restringir tal forma de participação.

Considerando a natureza do objeto licitado, entende-se que não se faz necessária a associação de empresas para sua execução, uma vez que existem no mercado diversas empresas individualmente capacitadas, tanto do ponto de vista técnico quanto econômico, para atender às exigências do edital.

Além disso, a participação de consórcios pode acarretar maior complexidade na gestão contratual, especialmente em relação à responsabilização por eventuais falhas, à fiscalização da execução e ao controle da continuidade dos serviços, caso uma das consorciadas se retire.

A vedação visa ainda preservar a competitividade, evitando que empresas que poderiam competir entre si optem por formar consórcios, o que reduziria o número de licitantes e poderia abrir margem para acordos que desvirtuem os princípios da isonomia, economicidade e seleção da proposta mais vantajosa.

Dessa forma, a decisão pela vedação à participação de consórcios é medida razoável, proporcional e alinhada ao interesse público, assegurando maior eficiência e segurança na contratação.

3. LEVANTAMENTO DE MERCADO

A licitação por meio de edital de concorrência, com base na Lei nº 12.232/2010, é obrigatoriamente seguida em todos os âmbitos governamentais — União, Estados, Distrito Federal e Municípios, adotando-se como os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

O valor estimado de R\$ 1.520.000,00 para a concorrência no município de Guaramirim (com 49.941 habitantes, R\$30,44 por habitante) está alinhado com os padrões praticados em outras cidades (anexo pesquisa de preços), conforme demonstrado na tabela a seguir:

CIDADE	VALOR
Blumenau (SC) 385.558 habitantes = R\$ 34,62 por habitante	R\$ 13.350.000,00 (Concorrência N° 01/2025)
Governador Celso Ramos (SC) 14.606 habitantes = R\$ 68,46 por habitante	R\$ 1.000.000,00 (Concorrência N° 90038/2025)
Rio Bom (PR) 3.337 habitantes = R\$ 44,95 por habitante	R\$ 149.999,99 (Concorrência - Fonte Banco de Preços)
Município de Riqueza (SC) 4.768 habitantes = R\$ 40,13 por habitante	R\$ 191.355,36 (Processo Licitatório 221/2025 N° 01/2025)





A análise de mercado demonstra que órgãos públicos nacionais, incluindo governos municipais, estaduais e federais tradicionalmente contratam agências especializadas para execução de serviços de publicidade contínua, em razão da complexidade técnica e da necessidade de atendimento permanente. O setor privado também opera neste modelo, com contratações que abrangem desde estratégias de branding até campanhas publicitárias multicanais, utilizando metodologias inovadoras como marketing orientado a dados, automação de conteúdo, mídia programática e análises de performance em tempo real. O mercado nacional apresenta ampla oferta de agências qualificadas, com diversidade de portes e níveis de especialização.

Observou-se a existência de metodologias avançadas que podem ser adotadas pela Administração, como gestão integrada de comunicação digital, criação de métricas de alcance e impacto, planejamento por ciclos de campanha e utilização de tecnologias como inteligência artificial para análise de engajamento e segmentação do público. Tais soluções permitem ganhos de eficiência e mensuração de resultados, atendendo melhor às necessidades do Município.

Diante do cenário analisado, a melhor solução a ser contratada é a prestação de serviços especializados por agência de publicidade de forma contínua, considerando sua vantajosa relação técnica e econômica. A contratação unificada de serviços integrados otimiza processos, reduz riscos operacionais, garante qualidade padronizada e promove economicidade ao evitar múltiplas contratações fragmentadas para tarefas complementares. Trata-se da solução mais adequada ao interesse público municipal.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA COMO UM TODO

4.1. Escolha da melhor solução

A forma escolhida para a contratação é a modalidade de concorrência, do tipo técnica e preço, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010.

4.2. Justificativa da melhor solução

A contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, por meio de processo licitatório na modalidade de concorrência, fundamenta-se no cumprimento das disposições estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010. Essa legislação determina que a contratação de serviços publicitários por órgãos e entidades da Administração Pública seja realizada de forma criteriosa, transparente e competitiva, utilizando a modalidade de concorrência com a conjugação dos critérios de “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

A Lei nº 12.232/2010 tem como objetivo assegurar que os processos de contratação para serviços de publicidade sejam conduzidos com base em princípios fundamentais da Administração Pública, como legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (art. 37 da Constituição Federal). Dessa forma, a aplicação de critérios técnicos e econômicos permite a escolha de propostas que aliam excelência nos serviços prestados a custos adequados, promovendo a otimização dos recursos públicos.

Além disso, a escolha da modalidade de concorrência com critérios de técnica e preço é particularmente importante para serviços de publicidade, que exigem criatividade, estratégia e sensibilidade para atender às demandas de comunicação pública. Esses



fatores técnicos são determinantes para o sucesso das campanhas publicitárias, impactando diretamente a eficácia das ações de comunicação junto à população.

Portanto, a contratação com base na Lei nº 12.232/2010, é uma exigência legal e uma medida essencial para assegurar que as campanhas de publicidade do município sejam realizadas com qualidade, eficiência e responsabilidade, promovendo o acesso à informação e o engajamento da população.

5. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A estimativa das quantidades foi estabelecida com base no histórico de demandas publicitárias da Administração, nas necessidades permanentes de comunicação institucional e nas projeções de campanhas previstas pelas secretarias municipais, considerando sazonalidades e eventos públicos.

Com a contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, o Município de Guaramirim terá a capacidade de alcançar uma ampla parcela da população por meio de campanhas publicitárias diversificadas e estratégicas. Atualmente, Guaramirim possui uma população estimada em aproximadamente 49.941 mil habitantes (conforme Índice de Gestão Municipal Aquila (IGMA) de 2025), abrangendo uma grande diversidade de perfis socioeconômicos e culturais.

As campanhas publicitárias a serem realizadas terão o potencial de atingir diretamente essa população, promovendo informações sobre direitos, deveres, serviços públicos, ações governamentais e políticas públicas. A diversidade das campanhas permitirá que elas sejam direcionadas a diferentes públicos, como jovens, adultos, idosos, trabalhadores e comunidades específicas, maximizando o alcance e o impacto das mensagens.

Além disso, a comunicação será veiculada por meio de canais variados, como mídias digitais, redes sociais, rádio, televisão, impressos e ações em espaços públicos. Essa abordagem multicanal garantirá que as informações cheguem a todos os cantos do município, incluindo áreas mais periféricas, assegurando o direito à informação de forma inclusiva e acessível.

Espera-se que as campanhas não apenas informem, mas também engajem a população, contribuindo para a conscientização e o fortalecimento da relação entre o governo municipal e os cidadãos. Ao atingir um número significativo de pessoas, a publicidade torna-se uma ferramenta indispensável para promover uma sociedade mais informada, participativa e integrada.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

O valor estimado da contratação é de R\$ 1.520.000,00 (um milhão, quinhentos e vinte mil reais).

7. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO





Opta-se pelo **não parcelamento** da solução, pois a comunicação institucional requer tratamento integrado e coerência estratégica entre planejamento, criação, produção e execução das campanhas. A consolidação dos serviços em um único fornecedor assegura eficiência técnica, padronização da identidade institucional, redução de custos operacionais e mitigação de riscos associados à fragmentação das entregas, que poderia comprometer o alinhamento comunicacional e atrasar respostas às demandas emergenciais.

8. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Não há necessidade de contratações correlatas ou interdependentes, uma vez que os serviços de publicidade e propaganda serão integralmente executados pela empresa contratada, que possui autonomia técnica e recursos próprios para atender às demandas da Administração. Dessa forma, não se identifica dependência de outras contratações para viabilizar a solução.

9. ALINHAMENTO COM PAC

A contratação está prevista no Plano de Contratações Anual (PCA) de 2026, garantindo alinhamento ao planejamento estratégico municipal e assegurando a previsão orçamentária e administrativa necessária à sua execução.

10. DEMOSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação, espera-se fortalecer a eficiência da comunicação institucional, garantindo que informações relevantes cheguem de forma clara e tempestiva aos cidadãos, promovendo maior engajamento social e consolidando a transparência administrativa. A adoção de metodologia profissional de publicidade resultará em campanhas mais eficazes, melhorando a percepção pública das ações governamentais e potencializando o alcance das políticas públicas.

Quanto à economicidade, a contratação otimiza o uso de recursos humanos e materiais, pois dispensa a necessidade de estrutura interna especializada, reduz custos operacionais decorrentes de múltiplas contratações isoladas e assegura melhor controle e mensuração dos resultados. A solução permite maior racionalização de esforços, eficiência técnica e valorização dos investimentos públicos destinados à comunicação.

10.1. Resultados pretendidos

A contratação de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda visa alcançar resultados significativos no desempenho das competências institucionais do município de Guaramirim com impactos positivos tanto na comunicação pública quanto na transparência governamental.

Entre os principais resultados esperados estão:

10.1.1. Comunicação mais eficaz e orientada ao cidadão





A publicidade será utilizada como uma ferramenta estratégica para orientar, educar e mobilizar a população, promovendo o acesso a informações relevantes sobre os serviços públicos disponíveis e incentivando posturas que beneficiem a qualidade de vida dos cidadãos. Isso permitirá que a população compreenda, utilize e participe de forma mais ativa das ações e políticas públicas implementadas.

10.1.2. Disseminação eficiente e qualificada das mensagens

Com o apoio técnico da agência contratada, o município buscará maximizar a qualidade e a efetividade das campanhas publicitárias, utilizando profissionais qualificados e soluções inovadoras para criar mensagens claras e impactantes. A intermediação com fornecedores especializados e veículos de comunicação garantirá a tempestividade e assertividade na divulgação das mensagens, mesmo em um cenário de grande concorrência com conteúdos privados.

10.1.3. Fortalecimento da transparência e do controle social

A publicidade também desempenhará um papel essencial na ampliação da transparência dos atos do governo, garantindo que a população seja informada sobre a destinação dos recursos públicos e as iniciativas governamentais. Isso reforça o compromisso do município com a prestação de contas e contribui para o fortalecimento do controle social e da cidadania.

10.1.4. Apoio ao planejamento e execução de estratégias de comunicação

A expertise técnica da agência contratada será utilizada para apoiar as equipes internas do município na formulação e execução de estratégias de comunicação integradas e alinhadas às prioridades institucionais. Essa colaboração garantirá maior adequação e eficiência ao planejamento das ações de comunicação das diversas pastas municipais.

10.1.5. Maior impacto e engajamento do público-alvo

Por meio do desenvolvimento de campanhas publicitárias direcionadas e bem planejadas, o município pretende atingir seus públicos-alvo de forma mais assertiva, concorrendo pela atenção e pelo entendimento dos cidadãos em meio ao grande volume de informações divulgadas diariamente.

10.1.6. Eficiência operacional e inovação

A gestão integrada dos serviços, com supervisão técnica das agências contratadas, permitirá maior agilidade nos processos de produção e veiculação de campanhas. Essa abordagem gera eficiência operacional e promove a inovação, garantindo que as mensagens institucionais sejam comunicadas de forma ágil e impactante.

Com a contratação das agências de propaganda, o município de Guaramirim espera consolidar um modelo de comunicação pública mais transparente, eficiente e orientado às necessidades da população. Essa iniciativa reflete o compromisso da administração em implementar políticas de comunicação que promovam o acesso à informação, fortaleçam a cidadania e assegurem o cumprimento pleno de sua missão institucional.

11. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Antes da celebração do contrato, deverão ser adotadas providências como a definição dos responsáveis pela fiscalização e gestão contratual, incluindo eventual capacitação dos servidores designados. Também será necessária a organização das rotinas internas de solicitação de demandas publicitárias, bem como a adequação de fluxos





administrativos para garantir comunicação tempestiva entre as secretarias e a contratada. Não se exigem adaptações físicas ou licenças específicas, dado o caráter intelectual dos serviços.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

Conforme o art. 11, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021, as contratações públicas devem atender a critérios de sustentabilidade, considerando os impactos ambientais das atividades realizadas. Embora a contratação de serviços de publicidade não esteja diretamente vinculada a atividades industriais ou de significativo impacto ambiental, é fundamental que as práticas adotadas incorporem medidas sustentáveis.

Nesse sentido, é imprescindível que as campanhas publicitárias e os serviços correlatos priorizem a redução do uso de recursos naturais, como papel e materiais impressos, optando por meios digitais e sustentáveis sempre que possível. Além disso, devem ser incentivadas práticas que promovam a gestão eficiente de resíduos e a reutilização ou reciclagem de materiais utilizados na execução das campanhas, contribuindo assim para a preservação ambiental.

Essa abordagem reforça o compromisso da Administração Pública com a sustentabilidade, alinhando as ações institucionais aos princípios de responsabilidade ambiental e ao desenvolvimento sustentável, sem comprometer a qualidade e o alcance das comunicações realizadas.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Diante da análise da demanda apresentada, conclui-se que a contratação de agência de propaganda e/ou publicidade é tecnicamente justificável, necessária e estratégica para atender às necessidades de comunicação institucional da Administração Municipal.

A amplitude e complexidade das ações previstas — que envolvem desde o estudo, planejamento e concepção de campanhas até a execução e distribuição de peças publicitárias nos mais diversos meios de divulgação — requerem a atuação de empresa especializada, com capacidade técnica e criativa compatível com os objetivos propostos. Além disso, a constante evolução dos meios de comunicação e o surgimento de novas tecnologias impõem a necessidade de soluções inovadoras e eficientes de comunicação, que só podem ser plenamente desenvolvidas por profissionais com expertise na área.

A contratação também se justifica pela importância de garantir uma comunicação clara, acessível e eficaz com os cidadãos, promovendo a transparência dos atos da Administração, a divulgação de políticas públicas, programas e serviços, bem como o fortalecimento da imagem institucional.

Portanto, é plenamente justificável a instauração de processo licitatório visando à contratação de agência de propaganda e/ou publicidade, nos termos da legislação vigente, em especial da Lei nº 12.232/2010, observando-se os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.





Paulo Roberto Tilles Júnior
Diretor Articulação
Fiscal

Claudia Rotta
Servidora responsável pela elaboração

Guaramirim, 20 de março de 2026

