



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP

Conforme a Lei nº 14.133, de 2021, o Estudo Técnico Preliminar tem por objetivo identificar e analisar os cenários para o atendimento da demanda que consta no Documento de Oficialização da Demanda, bem como demonstrar a viabilidade técnica e econômica das soluções identificadas, fornecendo as informações necessárias para subsidiar o respectivo processo de contratação.

Neste sentido, o presente documento contempla estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade especificada no documento de formalização da demanda anexo, e tem por finalidade estudá-la detalhadamente e identificar a melhor solução existente no mercado para supri-la, em conformidade com as normas e princípios que regem a Administração Pública.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

Contratar empresas 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.

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 de Timbó têm acesso a informações sobre seus direitos e deveres, bem como sobre ações e políticas públicas promovidas pelo governo.





Nesse contexto, entende-se 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 fornecimento de água e coleta e tratamento de esgoto, é preciso manter a população informada sobre as obras e serviços relevantes, avisar sobre problemas como a falta de água, a necessidade de uso racional dela, e também da importância de conectar sua residência ou empresa à rede de coleta de esgoto. Em igual forma, para divulgar os meios de contato da população com o timboense para avisos de falta de água, de vazamentos e outros problemas.

A ausência de publicidade inviabiliza a realização de campanhas de conscientização e deixa a população desinformada sobre os avanços dos trabalhos da Prefeitura de Timbó.

Na área de mobilidade, afetada por vezes pelas obras da empresa, a falta de campanhas informativas sobre mudanças eventuais pode causar desorganização, atrasos e até o aumento no número de acidentes, afetando diretamente a rotina da população.





Ademais, campanhas voltadas para públicos específicos, como crianças, adolescentes, desempenham um papel fundamental no fortalecimento da consciência de uso racional da água, focado nas gerações que ainda estão em formação.

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 a Prefeitura de Timbó e a população.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

O objeto da contratação encontra-se previsto no Plano de Contratações Anual 2026.

3. 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 Timbó e suas autarquias, empresas controladas e fundações.

Não será admitida a participação de empresas em consórcio.

Dessa forma será constituída, mediante portaria, comissão especial de licitação composta de, no mínimo, três (03) integrantes titulares e um suplente, escolhidos dentre servidores dos quadros de pessoal da empresa, conforme dispõe Decreto Municipal.

A subcomissão técnica, será constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, 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 Especial, 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.

Habilitação Jurídica através de:

- a) registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) ato constitutivo em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, com a comprovação da publicação da ata arquivada, na imprensa;
- c) inscrição do ato constitutivo, acompanhado de prova da diretoria em exercício, contemplando entre outros objetivos sociais, a execução de atividades compatíveis com o objeto da concorrência;
- d) ato constitutivo devidamente registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova da diretoria em exercício.
- e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país, juntamente com o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

Regularidade Fiscal representada por:

- a) prova de inscrição regular e de validade no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuinte municipal (ISS), relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual. Para comprovar a inscrição, a licitante poderá apresentar declaração ou certidão expedida por Secretaria de Finanças (ou equivalente) do Município ou, ainda, alvará de licença para funcionamento, qualquer deles em vigor na data limite fixada para o recebimento.





- c) SRF/PGFN - Prova de regularidade perante a Fazenda Nacional mediante certidão conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal e Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional, referente aos tributos federais e à Dívida Ativa da União, por elas administrados, no âmbito de suas competências.
- d) prova de regularidade fiscal para com as Fazendas Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante, expedida pelos órgãos competentes e válidas na data do recebimento, mediante a apresentação de Certificado de Regularidade Fiscal ou documento equivalente, neste caso, acompanhado de ratificação declaratória do órgão emissor de que dito documento é hábil para atender a prescrição do art. 62, inciso III, da Lei no 14.133/21, caso não conste do texto do documento emitido;
- e) prova de regularidade perante o FGTS, através do Certificado de Regularidade de Situação do FGTS, comprovando situação Regular.
- f) prova de regularidade perante a Justiça do Trabalho, pela apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- g) Será considerada como válida a certidão, pelo prazo de noventa dias contados a partir da data da respectiva emissão, quando não apresentar expressamente prazo de validade, exceto se indicada legislação específica que disponha diversamente para o respectivo documento.

Qualificação Econômico-Financeira:

A justificativa para exigência da qualificação econômico-financeira visa demonstrar a capacidade do licitante de cumprir com as obrigações financeiras do contrato, garantindo a execução satisfatória do objeto licitado. A documentação apresentada deve comprovar a solidez financeira da empresa licitante, mostrando que ela tem condições de honrar seus compromissos e sustentar os custos da contratação.

A comprovação deverá ocorrer através da apresentação dos seguintes documentos:





a) As empresas deverão apresentar o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício, extraídos do livro diário, na forma da lei, dos 2 (dois) últimos exercícios sociais já exigíveis, acompanhadas dos respectivos termos de abertura e encerramento do livro diário, devidamente submetidos ao ato de autenticação no órgão competente do registro do comércio, subscritos pelo representante legal da empresa e pelo profissional da contabilidade, com registro profissional regular no CRC. (art. 69, I)

a.1) Em se tratando de demonstrações apresentadas no formato SPED, será exigido o recibo de entrega do SPED CONTÁBIL, e também, no formato SPED, autenticados com o número do recibo apresentado: o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício e o Termo de Abertura e Encerramento. (art. 69, I)

a.2) As exigências do item A e A.1 desta qualificação, limitar-se-ão ao último exercício social já exigível no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída a menos de 2 (dois) anos. (art. 69 § 9º)

a.3) As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura devidamente subscrito pelo representante legal da empresa e pelo profissional da contabilidade com registro profissional regular no CRC. (art. 69 § 1º)

a.4) É vedada a apresentação de balancetes ou balanços intermediários encerrados fora do exercício social. Também é vedada a substituição de Balanço Patrimonial por balancetes ou balanços provisórios.

b) As empresas deverão apresentar demonstrativo da boa saúde financeira da empresa, em papel timbrado ou devidamente identificado com os dados da Licitante e assinado pelo contador responsável, apresentando os cálculos a partir das fórmulas do quadro abaixo e das informações do Balanço Patrimonial do último exercício social exigível, de modo a atender aos seguintes índices: (art. 69 § 1º)





Nome do Índice	Fórmula do Cálculo	Índice Exigido
LC = Índice de Liquidez Corrente	$\frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$	Igual ou superior a 1,00
LG = Índice de Liquidez Geral	$\frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$	Igual ou superior a 1,00
GE = Grau de Endividamento	$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}{\text{Ativo Total}}$	Igual ou inferior a 1,00

b.1) Na verificação dos índices constantes do quadro acima serão consideradas até 2 (duas) casas decimais após a virgula, adotando-se as regras matemáticas de arredondamento das demais casas decimais desconsideradas.

c) Prova de que possui Patrimônio Líquido de valor correspondente a no mínimo 10,00% do valor estimado da obra/serviço/contrato. A comprovação deverá ser feita através do Balanço Patrimonial apresentado. (art. 69 § 4º)

PL = Valor de Patrimônio Líquido	Igual ou superior a 10,00% do valor estimado do serviço.
---	--

d) Certidão Negativa de Falência, Concordata ou Recuperação Judicial, expedida pelo distribuir da sede da pessoa jurídica, com data de emissão não superior a 60 (sessenta) dias, quando não constar expressamente do corpo da mesma o seu prazo de validade.

d1) Não será inabilitada a licitante que estiver em recuperação judicial desde que comprove contabilmente ter condições de assumir a obrigação.

JUSTIFICATIVA PARA UTILIZAÇÃO DOS ÍNDICES INDICADOS





A utilização dos índices de liquidez corrente e liquidez geral, ambos exigidos em valores iguais ou superiores a 1,00, juntamente com o grau de endividamento sobre o ativo total, em nível igual ou inferior a 1,00, fundamenta-se nos princípios de segurança e sustentabilidade financeira dos contratos. Esses índices são amplamente reconhecidos no meio empresarial como ferramentas essenciais para avaliar a saúde financeira das empresas e sua capacidade de cumprir obrigações contratuais.

A **liquidez corrente**, que mede a capacidade da empresa de honrar suas obrigações de curto prazo com seus ativos circulantes, é um indicador essencial para garantir que a contratada possua recursos suficientes para cobrir despesas operacionais imediatas, como folha de pagamento, fornecedores e demais compromissos financeiros de curto prazo.

A **liquidez geral**, por sua vez, avalia a capacidade da empresa de cumprir suas obrigações de longo prazo, considerando tanto os ativos circulantes quanto os realizáveis a longo prazo. Esse índice fornece uma visão mais ampla da estabilidade financeira da empresa, garantindo que ela tenha condições de arcar com compromissos futuros sem comprometer sua continuidade operacional.

Por fim, o **grau de endividamento sobre o ativo total** mede a proporção das dívidas da empresa em relação ao total de seus ativos. Esse índice é mais adequado para licitações de serviços porque empresas desse setor geralmente possuem uma estrutura patrimonial mais enxuta, com menor volume de patrimônio líquido e maior dependência de ativos operacionais. Ao considerar o endividamento em relação ao ativo total, obtém-se uma visão mais realista da capacidade financeira da empresa, assegurando que ela possua recursos suficientes para manter suas operações sem comprometer a execução contratual. Um índice igual ou inferior a 1,00 demonstra que a empresa mantém um nível de endividamento compatível com sua





estrutura de capital, reduzindo riscos de inadimplência e garantindo maior estabilidade na prestação dos serviços contratados.

Ao adotar esses índices como critérios de habilitação econômico-financeira, garantimos que as empresas participantes das licitações municipais possuam uma saúde financeira adequada para cumprir as obrigações contratuais, minimizando os riscos de inadimplência e garantindo a qualidade e a continuidade dos serviços contratados pelo município.

Qualificação Técnica representada por:

- a) registro no Sindicato das Agências de Propaganda do Estado onde está registrada a sede da licitante;
- b) certificado de qualificação técnica, em vigor, emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP;
- c) relação de pessoal técnico, com a respectiva qualificação, para a prestação dos serviços de que trata a presente licitação, declarando expressamente sua disponibilidade para atender os serviços licitados;
- d) declaração expressa de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispondo de estrutura técnico-administrativa capaz de garantir a prestação dos serviços licitados.

4. ESTIMATIVA DE QUANTIDADE

Com a contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, o Município de Timbó terá a capacidade de alcançar uma ampla parcela da população por meio de campanhas publicitárias diversificadas e estratégicas. Atualmente, Timbó possui uma população estimada em aproximadamente 60 mil habitantes (Censo 2022), abrangendo uma grande diversidade de perfis socioeconômicos e culturais.





As campanhas publicitárias a serem realizadas pela Prefeitura de Timbó terão o potencial de atingir diretamente essa população, promovendo informações sobre direitos, deveres, serviços públicos, ações da empresa 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.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

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.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A presente contratação não envolve a quantificação prévia dos bens/produtos e serviços a serem executados no decorrer da contratação.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve,





basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Portanto, não há estimativa de quantidade de itens/serviços a serem contratados. Os serviços de publicidade compreendem ao conjunto de atividades realizadas integradamente que serão executadas pela empresa contratada sob demanda do órgão contratante.

Dessa forma, os serviços serão executados de acordo com a demanda e necessidade Município de Timbó, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

Assim verba referencial para investimento é de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) para o período de 12 meses.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Contratação de 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 a prestação dos serviços, será contratada uma agência de publicidade e propaganda. A classificação na concorrência será definida com base na combinação da melhor técnica e do melhor preço.

8. JUSTIFICATIVA PARA O NÃO PARCELAMENTO DA CONTRATAÇÃO





O objeto desta licitação não será parcelado, considerando que a divisão comprometeria a integração e o pleno funcionamento do objeto a ser fornecido. A contratação de fornecedores distintos para partes isoladas acarretaria dificuldades de gestão e impossibilidade de consolidar um modelo de comunicação pública, desfigurando completamente o objetivo da contratação.

A decisão está em conformidade com o art. 18, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, que admite o não parcelamento do objeto quando a divisão se mostrar tecnicamente inadequada ou economicamente inviável, de modo a garantir maior eficiência, padronização, interoperabilidade e segurança na execução contratual.

9. DEMONSTRATIVO DS RESULTADOS PRETENDIDOS

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

Entre os principais resultados esperados estão:

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.

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.

3. Fortalecimento da Transparência e do Controle Social

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

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 de Timbó 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.

5. Maior Impacto e Engajamento do Público-Alvo

Por meio do desenvolvimento de campanhas publicitárias direcionadas e bem planejadas, o Município de Timbó 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.

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 da agência de propaganda, o Município de Timbó 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.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PREVIAMENTE À CONTRATAÇÃO

Inexistem providências a serem adotadas pela Administração previamente à celebração do Contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual. Por esse motivo, este Estudo Técnico Preliminar deixa de contemplar o disposto no inciso X, § 1º, do artigo 18, da Lei nº 14.133/2021.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

A presente contratação possui interdependência técnica com futuras aquisições necessárias à plena execução do objeto, especialmente no que se refere aos tipos de mídia.

Essas contratações são consideradas correlatas e complementares, visto que as mídias são indispensáveis para a execução do objeto.





A coordenação das contratações será realizada entre a agência e a administração, para melhor distribuição das ações publicitárias junto aos públicos de interesse.

12. POSSÍVEIS 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. AUSÊNCIA DE PESQUISA DE PREÇO – JUSTIFICATIVA





A pesquisa de preço tem por finalidade assegurar que o valor estimado da contratação seja compatível com os preços praticados no mercado, promovendo assim a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

No procedimento licitatório para a aquisição de bens e serviços em geral, a pesquisa deve ser feita a partir de parâmetros como contratações similares, bases públicas, orçamentos junto a fornecedores.

Ocorre que, no caso da contratação do serviço publicitário, regido pela Lei Federal nº 12.232/2010, a precificação apresenta peculiaridades que inviabilizam o modelo tradicional de pesquisa de preço.

O artigo 6º, V, da mencionada lei, determina que a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigente no mercado publicitário. Na prática, é a adoção das Tabelas de Custos Internos do SINAPRO e as Normas-Padrão de Atividade Publicitária do CENP.

Motivo pelo qual a Administração Pública deve publicar no instrumento convocatório, as tabelas referenciais para a correta remuneração da execução do objeto.

14. POSICIONAMENTO SOBRE A VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

A análise técnica e administrativa realizada pela Secretaria Municipal de Articulação Política e Institucional demonstra a plena viabilidade da contratação, considerando os aspectos legais, operacionais, econômicos, tecnológicos e de interesse público.





A contratação mostra-se indispensável, uma vez que a comunicação é comprovadamente um instrumento essencial para assegurar o acesso à informação pela sociedade.

A viabilidade jurídica e administrativa da contratação está amparada pela legislação vigente, especialmente pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Diante do exposto, conclui-se que a contratação é plenamente viável, tecnicamente adequada, economicamente vantajosa e juridicamente justificável, atendendo de forma eficaz às necessidades da do Município de Timbó e contribuindo para o fortalecimento da gestão pública, da transparência e da eficiência administrativa.

Timbó - SC, 22 de abril de 2026.

RAPHAEL CARRASCO GARCIA

Assessor Institucional de Comunicação Social

