

SOLICITAÇÃO DE ABERTURA DE PROCESSO LICITATÓRIO

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Departamento requisitante:	Secretária-Geral																						
Objeto de Contratação:	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA																						
Fundamento da Contratação:	Lei 14.133/2021, Lei 12.232/2010 e Resolução 8/2024.																						
Despesa Orçamentária:	347 - 18 . 51051 . 1 . 31 . 101 . 2.180 . 0 . 339000 Aplicações Diretas																						
Itens Contratados:																							
<table><tr><th>Item</th><th>Material/Serviço</th><th>Unid. medida</th><th>Qtd licitada</th><th>Valor unitário (R\$)</th><th>Valor total (R\$)</th></tr><tr><td>1</td><td>CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA</td><td>UN</td><td>1</td><td>500.000,000</td><td>500.000,000</td></tr><tr><td colspan="5">Total Geral</td><td>500.000,00</td></tr></table>						Item	Material/Serviço	Unid. medida	Qtd licitada	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	1	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA	UN	1	500.000,000	500.000,000	Total Geral					500.000,00
Item	Material/Serviço	Unid. medida	Qtd licitada	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)																		
1	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA	UN	1	500.000,000	500.000,000																		
Total Geral					500.000,00																		
Justificativa da necessidade da contratação:	Conforme descrito no item I do Estudo Técnico Preliminar.																						
Justificativa da escolha do fornecedor (se aplicável):	Não se aplica.																						
Justificativa do valor da contratação:	Não se aplica.																						
Especificação do Objeto/itens (se aplicável).	Conforme descrição do item.																						
Estudo Técnico Preliminar: Facultativo nas aquisições cujos valores se enquadrem nos limites dos incisos I e II do art. 75 da Lei nº 14.133/2021 (ano de 2025 - R\$ 125.451,15 / R\$ 62.725,59);(art. 8º, I, Res. MD 8/2024) Quando preenchido, obrigatório os itens I, IV, VI, VIII e XIII (§2º do art. 18 da Lei 14.133/2021)																							
I - descrição da necessidade da contratação		A Câmara Municipal de Chapecó necessita contratar serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, abrangendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse. A contratação tem como finalidade ampliar a transparência dos atos do Legislativo Municipal, promover campanhas de conscientização e orientação e cumprir as legislações aplicáveis.																					

	Busca-se informar a comunidade sobre as ações e proposições em trâmite na Câmara, promovendo a divulgação institucional de forma ampla, de modo a garantir o acompanhamento dos trabalhos legislativos. A ampla divulgação das atividades institucionais fortalece a transparência, amplia o acesso da população às informações públicas, contribui para a prestação de contas e para o fortalecimento da cidadania. Contratar uma agência de publicidade com qualidade técnica agregada permitirá investir os recursos públicos de forma inteligente e eficiente, oferecendo melhores condições de acesso às informações e aumentando a visibilidade dos temas abordados no âmbito da Câmara Municipal.
II - demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração;	O Plano de Contratação Anual da Câmara Municipal de Chapecó-SC foi instituído por meio da Portaria nº 52/2025, publicada em 26/03/2025. O objeto desta contratação consta no Plano de Contratações Anual, item 18 – Serviços de publicidade.
III - requisitos da contratação;	A contratação almeja abranger os serviços de publicidade e propaganda, em conformidade com a Lei Federal nº 14.133/2021, Lei Federal nº 12.232/2010, Lei Complementar nº 123/2006, e ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei nº 4.680/1965 e suas alterações, pelo Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária; e pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, sob orientação do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão. Para a prestação dos serviços de publicidade será contratada 1 (uma) Agência de Publicidade. A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de Chapecó, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680/65, podendo contratar: Fornecedores de serviços de produção (especializados ou não), necessários à

	execução técnica das peças, campanhas e demais serviços relacionados; Veículos e demais meios de comunicação, para aquisição de tempo e espaço publicitário, sem restrição de mídia. A empresa contratada atuará mediante demanda e pedidos da Câmara Municipal de Chapecó, sem exclusividade sobre as ações descritas no item 1.4, podendo ser realizados pelo Departamento técnico da Câmara Municipal de Chapecó-SC. A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços. Os serviços de publicidade contratados terão por objeto somente as atividades previstas no artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações-públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. A licitante deverá cumprir os requisitos para habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista, econômico-financeira e técnica, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, trazendo segurança à Administração Pública. - Apresentar atestado de capacidade técnica, fornecido por pessoa jurídica, de direito público ou privado, em nome da licitante, comprovando aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em característica com o objeto a ser contratado. - Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP; - Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP ou entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de
--	---

	propaganda, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010; - Comprovação de que a licitante possui, em seu quadro permanente, responsável técnico com formação na área de comunicação, marketing, design ou publicidade, ou relação de pessoal técnico qualificado para a execução dos serviços objeto da presente licitação. A comprovação poderá ser feita mediante apresentação de cópia autenticada do contrato de trabalho com a empresa, da Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS, da ficha de registro de empregado com o respectivo carimbo do Ministério do Trabalho, ou de contrato de prestação de serviço autônomo; - Declaração ou Atestado emitido por veículos de comunicação que ateste o fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes, com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias da data de abertura do certame.
IV - estimativas das quantidades para a contratação, acompanhadas das memórias de cálculo e dos documentos que lhes dão suporte, que considerem interdependências com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala;	O quantitativo foi realizado conforme previsão/estimativa de utilização para o período de 12 meses.
V - levantamento de mercado, que consiste na análise das alternativas possíveis, e justificativa técnica e econômica da escolha do tipo de solução a contratar;	Foram identificadas três alternativas: Alternativa 1: Contratação de agência de publicidade. Alternativa 2: Contratação direta de profissionais especializados e fornecedores individuais para cada demanda publicitária. Alternativa 3: Criar estrutura interna de comunicação, com equipe própria, para produzir e divulgar as campanhas publicitárias. A alternativa 1 – Contratação de agência de publicidade, se mostra a solução mais viável técnica e econômica, pois não requer investimento inicial em estrutura, pessoal e treinamentos, reduzindo custos administrativos e operacionais. Possibilita que as atividades publicitárias sejam planejadas e executadas de maneira integrada, garantindo padronização, qualidade e eficiência da comunicação institucional, onde através de uma agência de

	publicidade, com sua equipe especializada e acesso a tecnologias de ponta, possibilitam a criação de campanhas mais estratégicas e impactantes. Conforme pesquisa realizada, verificou-se que a contratação de agência de publicidade é constantemente realizada por vários outros órgãos públicos, inclusive do poder legislativo, através de licitação na modalidade de concorrência, tanto presencial como eletrônica.
VI - estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a Administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação;	Como se trata da primeira contratação de agência de publicidade, não se tem um histórico de consumo específico desses serviços, assim o valor estimado foi realizado conforme previsão/estimativa de utilização para o período de 12 meses. Tratam-se de valores estimados e que serão utilizados conforme necessidade. Nos termos específicos do Edital de Licitação, a cada serviço/projeto, existirão custos que serão analisados de forma prévia ao deferimento. Na execução dos serviços contratados, a agência será remunerada em conformidade com as disposições da Lei Federal nº 4.680 de 18 de junho de 1965, Decreto Federal nº 4.563 de 31 de dezembro de 2002 e das demais normas legais vigentes, sem prejuízos dos descontos que serão informados na Planilha de Preços apresentado pela contratada: a) Custos internos – serviços internos são aqueles que são executados pelo pessoal e/ou recursos da própria agência. Será calculado e pago pela contratante com base e no limite dos preços dos serviços previstos na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/SC, devendo cada licitante oferecer o percentual de desconto sobre os preços da tabela, o qual deverá ficar explicitado na Planilha de Preços Sujeitos a Valoração. b) Honorários – Referem-se aos honorários que são devidos à Contratada e pagos pela Contratante, referentes aos serviços e suprimentos externos executados pelas empresas terceirizadas (subcontratação), conforme previsto nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (Decretos 57.690/66 e 4.563/2002). Parte desses honorários poderá ser negociada entre a Contratada e a

	Contratante, conforme proposta da licitante na Planilha de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo). c) Veiculação – Refere-se ao percentual de desconto que a Contratada faz jus em decorrência do custo da veiculação junto a outras empresas – desconto de 20% a ser concedido pelos veículos de divulgação, conforme o Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios instituído pelo anexo “B” das Normas Padrão da Atividade Publicitária. O percentual de repasse à contratante poderá variar de acordo com a negociação entre as partes quando da assinatura do contrato.
VII - descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso;	Integram o objeto desta contratação, além dos serviços citados anteriormente, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: - O planejamento, conceituação e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, e público-alvo, referentes aos meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas e aferição do desenvolvimento estratégico, veiculação, aceitação e adequação das mensagens divulgadas; - Produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato; - Produção e execução de materiais audiovisuais sendo para utilização nas mídias tradicionais, nas mídias sociais oficiais da Câmara ou em ambas; - Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias; - Intermediação na veiculação publicitária em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos; - Formulação e execução de Plano de Comunicação, submetendo-o à supervisão do

	Departamento de Comunicação da Câmara Municipal de Chapecó; Execução do objeto - Especificação dos serviços: Os serviços a serem prestados e intermediados pela agência contratada deverão seguir as seguintes diretrizes: - Os materiais elaborados pela agência deverão seguir as estratégias de branding elaboradas pelo Departamento de Comunicação da Câmara. - A intermediação na veiculação publicitária, tanto em meios tradicionais quanto alternativos ou virtuais, deverá ser realizada tanto para materiais produzidos pela agência quanto para materiais produzidos pelo Departamento de Comunicação da Câmara. - A agência deverá elaborar plano mensal para impulsionamento das mídias sociais, baseado em orçamento estimado pela Câmara Municipal. Observações gerais: A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre se conduzir na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados. O desrespeito ao disposto no subitem, constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE: - I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores; - II - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações
--	---

	coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados. III - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total; IV - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação; V - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido; VI - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação: “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”. VII - Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE. O prazo para apresentação das propostas é de 02 (dois) dias úteis, podendo ser prorrogado a critério da Câmara. A Câmara se reserva o direito de solicitar reuniões presenciais, estabelecendo-se como, no máximo, 12 reuniões/ano, além de uma imediatamente após a assinatura do contrato.
VIII - justificativas para o parcelamento ou não da contratação;	Nos termos do art. 47, inciso II, da Lei Federal nº 14.133/2021, as licitações atenderão ao

	princípio do parcelamento, quando tecnicamente viável e economicamente vantajoso. Na aplicação deste princípio, o § 1º do mesmo art. 47 estabelece que devam ser considerados a responsabilidade técnica, o custo para a Administração de vários contratos frente às vantagens da redução de custos, com divisão do objeto em itens, e o dever de buscar a ampliação da competição e de evitar a concentração de mercado. Em vista disto, o princípio do parcelamento não deverá ser aplicado à presente contratação, logo irá se tratar de uma única empresa que atenda as demandas da administração e seja habilitada em todos os requisitos necessários para a prestação do serviço visando evitar prejuízo para o conjunto da solução ou perda de economia de escala. A opção pelo não parcelamento da solução é a única disponível e se mostra técnica e economicamente viável, uma vez que se trata de um único item.
IX - demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis;	Tendo em vista a complexidade e abrangência dos meios de comunicação contemporâneos, demandando competência técnica para alcançar efetivamente o público-alvo, através da contratação de uma empresa especializada, busca-se realizar uma comunicação institucional assertiva e eficiente junto à população, onde através de estudos de mercado, planejamento estratégico e análise de mídia, poderemos identificar os melhores canais e estratégias de comunicação para cada tipo de mensagem e público-alvo. Também buscamos otimizar os investimentos em publicidade, garantindo que os recursos públicos sejam utilizados de forma eficaz e transparente, com o devido controle das inserções publicitárias e veiculação dos materiais em diferentes meios de comunicação.
X - 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;	Deverão ser designados os servidores responsáveis por acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, de modo que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, assegurando os melhores resultados para a Administração.

	Realizar uma reunião presencial imediatamente após a assinatura do contrato, para as tratativas iniciais.
XI - contratações correlatas e/ou interdependentes;	No momento não se vislumbra a necessidade de outros itens do mesmo objeto, ou outras contratações correlatas ou interdependentes necessárias. Atualmente a Câmara possui contrato de transmissão de programas em rádios, serviço que será objeto de análise pela continuidade contratual ou nova contratação pelo processo aqui solicitado.
XII - descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável;	Não é aplicável. O serviço proposto não gera possíveis impactos ambientais e por isso não é aplicável ao caso.
XIII - posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina.	Diante da necessidade de contratação de agência de propaganda, para realização de serviços de publicidade, faz-se necessário a abertura de licitação.
Justificativas:	<u>Não se aplica.</u>
Solicitação: Nestes termos, solicito ao Exmo. Sr. Presidente da Câmara Municipal de Chapecó-SC a abertura de procedimento licitatório com o objetivo de: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA.	

Chapecó-SC, data da assinatura digital.

Nadia C. Girardi Mattos

Secretário(a)-Geral da Câmara Municipal de Chapecó-SC.