22/09/2026.

Ao
Setor de Licitações/Contratos
Secretaria de Administração e Finanças
Município de Sombrio/SC

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)

1. DESCRIÇÃO DO OBJETO

1.1 Descrição do objeto:
Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como os serviços complementares inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades de comunicação institucional do Município de Sombrio/SC e do Fundo Municipal de Saúde, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.
O objeto corresponde às atividades que a Lei nº 12.232/2010 conceitua como serviços de publicidade, incluindo planejamento, criação, execução, intermediação e distribuição da publicidade, admitidas as atividades complementares diretamente relacionadas à produção, pesquisas pertinentes e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária. A mesma Lei exclui desse contrato atividades estranhas a esse núcleo, como assessoria de imprensa, relações públicas e eventos festivos.

A solução se encontra no catálogo eletrônico de padronização? (X) Não / (.....) Sim

1.2 Interesse público a ser atendido (problema):
O presente Estudo Técnico Preliminar identifica como problema a necessidade permanente de comunicação entre a Administração Pública Municipal e a população, especialmente quanto à divulgação de serviços, programas, campanhas, ações governamentais e informações de interesse coletivo.
A adequada comunicação institucional permite que a população tenha conhecimento sobre os serviços públicos disponibilizados, prazos, campanhas, orientações, programas, obras, ações administrativas e demais informações necessárias ao exercício da cidadania e ao acesso às políticas públicas municipais.
No âmbito da Secretaria Municipal de Saúde, a comunicação possui especial relevância para a divulgação de campanhas de vacinação, ações preventivas, orientações sanitárias, programas de promoção da saúde, funcionamento dos serviços, horários e locais de atendimento e demais informações destinadas à prevenção de doenças e ao adequado acesso da população à rede pública de saúde.
A natureza dessas demandas exige atuação especializada e integrada, envolvendo planejamento, criação, produção, definição de estratégias de mídia e não mídia, adaptação de conteúdos aos diferentes públicos e meios de comunicação, além da contratação e supervisão de fornecedores e veículos de divulgação.
Atualmente, o Município e o Fundo Municipal de Saúde possuem contratação vigente destinada ao atendimento dessas necessidades, cujo encerramento está previsto para 22 de dezembro de 2026, sendo indispensável a realização tempestiva de novo procedimento licitatório de modo a evitar a interrupção das atividades de publicidade institucional.
O interesse público a ser atendido consiste, portanto, em garantir continuidade, planejamento, qualidade e eficiência às ações de comunicação institucional, assegurando que informações relevantes e de interesse coletivo sejam divulgadas de forma clara, abrangente e adequada aos diferentes públicos do Município.

1.3 Opções de mercado:
Para definição da solução mais adequada, foram consideradas as seguintes alternativas:

a) Execução integral com recursos próprios da Administração

Embora o Município disponha de estrutura administrativa voltada à comunicação institucional, a execução integral do objeto por meios próprios demandaria equipe multidisciplinar permanente e estrutura específica para planejamento publicitário, criação, produção audiovisual e gráfica, planejamento de mídia, acompanhamento

de campanhas, negociação e relacionamento com veículos de comunicação, dentre outras atividades especializadas.
Tal alternativa não atende integralmente à necessidade identificada e não reproduz a estrutura técnica e operacional necessária à execução integrada dos serviços pretendidos.

b) Contratações separadas de criação, produção, mídia e demais serviços

Foi considerada a possibilidade de fragmentar as necessidades, realizando contratações independentes para criação, produção de materiais, serviços audiovisuais, planejamento de mídia e outras atividades.
Essa alternativa, contudo, implicaria fragmentação de atividades que possuem forte interdependência, dificultando a manutenção de unidade conceitual das campanhas, o planejamento integrado, a definição de estratégias e a responsabilização pela execução global das ações de publicidade.
Além disso, o objeto pretendido encontra disciplina específica na Lei Federal nº 12.232/2010, que estabelece regras próprias para a contratação integrada dos serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda.

c) Contratação de agência de propaganda especializada

A contratação de agência especializada permite reunir, sob coordenação única, as atividades de planejamento, concepção, criação, produção, execução, supervisão e distribuição das campanhas publicitárias, proporcionando maior integração das ações e uniformidade da comunicação institucional.
A Lei nº 12.232/2010 estabelece que os serviços de publicidade abrangidos por seu regime sejam prestados por intermédio de agências de propaganda e determina que essas agências possuam certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP ou entidade equivalente legalmente reconhecida.

Diante das alternativas analisadas, conclui-se que a contratação de 01 (uma) agência de propaganda especializada constitui a solução mais adequada para atendimento das necessidades do Município e do Fundo Municipal de Saúde.

1.4 Contratação prevista no Plano de Contratações Anual?
(.....) SIM / (X) Não, justifica-se: Justifica-se em razão da inexistência de Plano de Contratações Anual formalizado pelo Município para o exercício de 2026, devendo a presente contratação ser processada com base na necessidade demonstrada nos documentos de planejamento que compõem os autos.

1.5 Objeto será parcelado?
(X) NÃO / (.....) Sim, justifica-se:
Não se recomenda o parcelamento do objeto, considerando a natureza integrada dos serviços de publicidade previstos na Lei Federal nº 12.232/2010.
O planejamento, a criação, a produção, a estratégia de mídia, a supervisão e a distribuição das campanhas possuem relação direta entre si, sendo conveniente que estejam submetidos a uma coordenação integrada, de forma a preservar a unidade conceitual das ações de comunicação, a identidade institucional e a responsabilização pela execução dos serviços.
A contratação será realizada com 01 (uma) agência de propaganda, que atenderá às demandas do Município de Sombrio e do Fundo Municipal de Saúde.

1.6 Possui vinculação ou dependência com outra contratação?
(X) Não / (....) Sim: A nova contratação não possui dependência técnica de outra contratação. Há, contudo, contratação anterior do mesmo objeto, cujo encerramento está previsto para 22 de dezembro de 2026, razão pela qual a conclusão do novo procedimento em tempo hábil é necessária para evitar descontinuidade dos serviços.

2. QUANTIDADE, PRAZO E ESTIMATIVA DE VALOR:

A contratação compreenderá 01 (uma) agência de propaganda, com valor global estimado de R$ 2.900.000,00 (dois milhões e novecentos mil reais) para o período inicial de 12 (doze) meses, assim distribuído:

Unidade requisitante	**Valor estimado – 12 meses**
Município de Sombrio – Gabinete da Prefeita	**R$ 2.000.000,00**
Fundo Municipal de Saúde	**R$ 900.000,00**
VALOR GLOBAL ESTIMADO	**R$ 2.900.000,00**

O valor previsto possui natureza estimativa, não constituindo obrigação de utilização integral pela Administração, uma vez que os serviços serão demandados conforme a efetiva necessidade de comunicação institucional durante a execução contratual.
Prazo: 12 (doze) meses, contados da data de início estabelecida no instrumento contratual, cuja eficácia ficará condicionada à divulgação no PNCP, devendo a execução ser iniciada de forma compatível com o encerramento da contratação atualmente vigente.

2.1 As quantidades acima foram estabelecidas desta forma:
A definição de contratação de uma única agência decorre da análise das necessidades do Gabinete da Prefeita e da Secretaria Municipal de Saúde, considerando a possibilidade de atendimento integrado das demandas institucionais por estrutura especializada única.
A estimativa financeira foi estabelecida considerando o histórico da contratação atualmente existente, a projeção das necessidades de publicidade institucional para o próximo período e o planejamento orçamentário das unidades requisitantes.

2.2 Os preços estimados foram obtidos conforme:
A estimativa inicial da contratação corresponde a R$ 2.900.000,00, sendo R$ 2.000.000,00 destinados às demandas do Município e R$ 900.000,00 às demandas do Fundo Municipal de Saúde.
A adequação dos valores e dos parâmetros econômicos da contratação será demonstrada em Mapa de Preços/Estimativa de Valor, levando-se em consideração, conforme aplicável, contratações similares realizadas por outros órgãos públicos, condições praticadas no mercado publicitário, tabelas referenciais pertinentes e histórico de execução da contratação vigente.

2.3 Esta contratação tem caráter permanente ou continuado? ( ) Não / (X) Sim:
Os serviços possuem natureza continuada, uma vez que a necessidade de comunicação institucional permanece ao longo do tempo e acompanha continuamente a execução das políticas, programas, campanhas e serviços públicos.
A vigência inicial será de 12 (doze) meses, podendo ocorrer prorrogações sucessivas caso permaneçam a necessidade administrativa e a vantajosidade da contratação, observados os requisitos legais. A Lei nº 14.133/2021 admite a prorrogação sucessiva dos contratos de serviços contínuos, desde que haja previsão editalícia e seja demonstrada a manutenção da vantagem para a Administração.

3. REQUISITOS TÉCNICOS A SEREM ATENDIDOS PELO CONTRATADO:

A contratação deverá observar as disposições específicas da Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente a Lei Federal nº 14.133/2021, conforme expressamente estabelece o art. 186 desta última.

3.1 Qualificação da agência

A contratada deverá constituir agência de propaganda cujas atividades estejam disciplinadas pela legislação própria da atividade publicitária e possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP – Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário, ou entidade equivalente legalmente reconhecida, conforme dispõe o art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

Deverá possuir estrutura técnica e operacional compatível com os serviços a serem executados, abrangendo, dentre outras, as áreas de atendimento, planejamento, criação, produção e mídia.

3.2 Escopo técnico da contratação

A agência deverá possuir capacidade para prestar, de maneira integrada:

- estudo e planejamento de ações de publicidade;
- conceituação e concepção de campanhas;
- criação de peças e materiais publicitários;
- execução interna dos serviços;
- intermediação e supervisão da produção externa;
- planejamento de mídia e não mídia;
- distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- produção e execução técnica de peças e projetos publicitários;
- pesquisas e instrumentos de avaliação diretamente relacionados às campanhas;
- desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, inclusive em meios digitais.

Não serão incluídos no objeto serviços estranhos às atividades previstas na Lei nº 12.232/2010, especialmente assessoria de imprensa, relações públicas ou organização de eventos festivos.

3.3 Proposta Técnica

A seleção deverá considerar a capacidade técnica e criativa das licitantes, mediante apresentação de Plano de Comunicação Publicitária desenvolvido a partir do Briefing elaborado pela Administração.

O Plano de Comunicação deverá contemplar, na forma estabelecida pela Lei nº 12.232/2010:

- Raciocínio Básico;
- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Ideia Criativa;
- Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Também será avaliado o conjunto de informações referentes à licitante, destinado a demonstrar sua capacidade de atendimento e o nível dos trabalhos realizados anteriormente.

3.4 Subcomissão Técnica

A análise e o julgamento das propostas técnicas serão realizados por Subcomissão Técnica específica, constituída nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.
A Subcomissão será composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 01 (um) dos membros não poderá manter vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de Sombrio/SC ou com o Fundo Municipal de Saúde.
Para formação da relação destinada ao sorteio será realizada Chamada Pública, com prazo de 05 (cinco) dias úteis para cadastramento dos profissionais interessados.
A relação destinada ao sorteio será composta por no mínimo 09 (nove) profissionais, sendo pelo menos 1/3 (um terço) deles sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Executivo do Município de Sombrio/SC ou com o Fundo Municipal de Saúde
Os profissionais serão identificados na relação conforme mantenham ou não vínculo com a Administração, sendo realizado sorteio público de forma a assegurar a composição legal da Subcomissão.
Para fins de organização dos grupos destinados ao sorteio, será considerado vínculo indireto, entre outras situações analisadas concretamente pela Administração, aquele mantido por profissional que atue na execução de contrato celebrado entre pessoa jurídica à qual esteja profissionalmente vinculado e o Poder Executivo do Município de Sombrio/SC ou o Fundo Municipal de Saúde.

A relação dos profissionais aptos será publicada na imprensa oficial com antecedência mínima de 10 (dez) dias da sessão pública destinada ao sorteio, facultada a impugnação de seus integrantes até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão, nos termos do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.5 Justificativa do critério de julgamento – Técnica e Preço

A natureza da contratação demonstra que a seleção da proposta mais vantajosa não pode se limitar exclusivamente ao menor preço.
A qualidade do planejamento, da estratégia de comunicação, da criação publicitária, da escolha dos meios de divulgação, da capacidade de atendimento e da experiência da agência possui repercussão direta sobre a eficiência e os resultados da comunicação institucional.
A Lei Federal nº 12.232/2010 determina que as licitações para contratação de serviços de publicidade sejam julgadas obrigatoriamente pelos critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

Diante disso, será adotado o critério de julgamento Técnica e Preço, por possibilitar a conjugação da qualidade técnica das propostas com as condições econômicas oferecidas à Administração.

A ponderação adotada será:

- 70% (setenta por cento) para a Proposta Técnica;
- 30% (trinta por cento) para a Proposta de Preço.

A ponderação preserva a predominância técnica necessária ao objeto e observa o limite de até 70% de valoração da proposta técnica estabelecido pela Lei nº 14.133/2021.

3.6 Justificativa da modalidade – Concorrência

Considerando a aplicação subsidiária da Lei nº 14.133/2021 à Lei nº 12.232/2010 e as características do objeto, a contratação será processada mediante Concorrência, com julgamento pelo critério de Técnica e Preço, observando-se integralmente o rito especial estabelecido pela legislação de publicidade.

3.7 Justificativa para realização da Concorrência na forma presencial

Embora o art. 17, § 2º, da Lei Federal nº 14.133/2021 estabeleça preferência pela realização das licitações sob a forma eletrônica, a própria legislação admite expressamente a adoção da forma presencial, desde que devidamente motivada, devendo as sessões públicas ser registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo.
No presente caso, a opção pela forma presencial decorre das peculiaridades do procedimento especial estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010, especialmente quanto à necessidade de preservação do anonimato das propostas técnicas durante parte relevante do julgamento.
A legislação específica determina que a proposta técnica seja apresentada em 03 (três) invólucros distintos, destinados à via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, à via identificada do mesmo Plano e ao conjunto das demais informações técnicas, enquanto a proposta de preços será apresentada em invólucro próprio. Determina, ainda, que o invólucro destinado à via não identificada seja padronizado e previamente fornecido pela Administração, sem qualquer elemento de identificação, de forma a preservar o sigilo quanto à autoria da proposta até o momento legalmente definido.
O procedimento também compreende sucessivas sessões públicas, com recebimento e abertura dos invólucros, encaminhamento das propostas não identificadas à Subcomissão Técnica, posterior abertura das vias identificadas, cotejo entre as propostas identificadas e não identificadas, abertura das propostas de preços e, posteriormente, análise da documentação de habilitação.
Nesse contexto, a realização presencial mostra-se operacionalmente mais adequada e segura para a observância do rito especial, permitindo o controle direto da integridade e da ausência de identificação dos invólucros, a manutenção de sua cadeia de custódia, o encaminhamento físico das propostas à Subcomissão Técnica e a posterior identificação de sua autoria em sessão pública.
A opção não decorre de mera conveniência administrativa, mas da necessidade de compatibilizar o procedimento licitatório com as características específicas da Lei nº 12.232/2010, proporcionando maior segurança quanto à

preservação do anonimato, à transparência dos atos e à fiscalização do procedimento pelos licitantes e demais interessados.
Todas as sessões públicas serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, com posterior juntada das gravações aos autos, em atendimento ao art. 17, §§ 2º e 5º, da Lei nº 14.133/2021.

3.8 Justificativa da qualificação econômico-financeira

Considerando a natureza continuada dos serviços, o valor global estimado da contratação e a necessidade de a futura contratada manter estrutura profissional, operacional e financeira compatível com a execução das demandas, inclusive para gerenciamento de produções e serviços executados por terceiros, entende-se necessária a aferição objetiva de sua capacidade econômico-financeira.
Para tanto, serão utilizados os índices de Liquidez Geral – LG, Solvência Geral – SG e Liquidez Corrente – LC, todos superiores a 1 (um), por se tratarem de indicadores destinados à avaliação da capacidade de a empresa satisfazer obrigações de curto e longo prazo e manter situação patrimonial compatível com a execução contratual.
Os índices adotados não possuem natureza de rentabilidade ou lucratividade e não têm por objetivo restringir a competição, mas verificar condição econômico-financeira mínima para o cumprimento das obrigações decorrentes do futuro contrato.
Caso o licitante apresente resultado igual ou inferior a 1 (um) em qualquer desses índices, será exigida, alternativamente, comprovação de capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, nos limites admitidos pelo art. 69 da Lei Federal nº 14.133/2021.
A exigência mostra-se proporcional ao porte da contratação e às responsabilidades assumidas pela agência, especialmente diante da necessidade de continuidade dos serviços, manutenção de equipe e estrutura e gerenciamento financeiro das demandas autorizadas pela Administração.

3.9 Justificativa da participação em consórcio

Será admitida a participação de empresas reunidas em consórcio, uma vez que não foi identificada circunstância técnica, operacional ou mercadológica que justifique sua vedação.
A admissão visa preservar e ampliar a competitividade do certame, sem afastar as exigências próprias da atividade publicitária nem as condições de habilitação necessárias à adequada execução do objeto.
A participação dos consórcios observará integralmente o art. 15 da Lei Federal nº 14.133/2021 e as condições estabelecidas no Edital, inclusive quanto à indicação da empresa líder, responsabilidade solidária das integrantes, requisitos de habilitação e acréscimo aplicável à qualificação econômico-financeira.

4. PROVIDÊNCIAS PRÉ-CONTRATUAIS:

(X) Constituição da Subcomissão Técnica: deverão ser adotadas as providências necessárias para formação da relação de profissionais, publicação dos nomes, processamento de eventuais impugnações, realização de sessão pública de sorteio e formalização da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento das propostas.

(X) Constituição/designação da Comissão de Contratação: deverá ser formalmente designada comissão responsável pelo processamento e julgamento da licitação, ressalvada a análise das propostas técnicas, que compete exclusivamente à Subcomissão Técnica.
(X) Elaboração do Projeto Básico – Briefing: deverá ser elaborado documento contendo informações suficientes, precisas, claras e objetivas para subsidiar a formulação das propostas técnicas pelas licitantes. A Lei nº 12.232 determina expressamente que essas informações sejam apresentadas mediante briefing.
(X) Confecção do invólucro padronizado: a Administração deverá providenciar o modelo padronizado destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
(X) Gravação das sessões públicas: deverão ser disponibilizados os meios técnicos necessários para gravação integral em áudio e vídeo das sessões realizadas presencialmente.
(.....) Necessidade de capacitação: não identificada necessidade específica neste momento.
(X) Outras: deverão ser elaborados os critérios objetivos de avaliação das propostas técnicas, planilhas de pontuação, critérios da proposta de preços e demais instrumentos necessários à aplicação do julgamento por Técnica e Preço.

5. MEDIDAS DE SUSTENTABILIDADE PARA MITIGAÇÃO DE IMPACTOS:

(...) Não previstas.
(X) SIM.

Considerando que a execução do objeto poderá envolver produção de materiais gráficos, impressos, peças físicas, materiais promocionais e serviços de produção publicitária, deverão ser observadas, sempre que tecnicamente adequadas e compatíveis com os objetivos das campanhas, medidas destinadas à redução de impactos ambientais.

Serão estimuladas:

- priorização de fluxos eletrônicos para apresentação, aprovação e armazenamento de peças e documentos;
- utilização racional de materiais impressos;
- adoção de papéis reciclados, recicláveis ou provenientes de fontes ambientalmente responsáveis, quando compatível com a finalidade da peça;
- planejamento adequado das quantidades produzidas, evitando desperdícios;
- destinação ambientalmente adequada de resíduos decorrentes das produções;
- utilização de fornecedores que observem a legislação ambiental aplicável;
- priorização de soluções digitais quando estas apresentarem efetividade equivalente ou superior aos materiais físicos.

As medidas de sustentabilidade deverão ser aplicadas sem comprometer a eficiência, a acessibilidade, o alcance ou os objetivos das campanhas institucionais.

6. RESULTADOS PRETENDIDOS:

Com a contratação de agência especializada, pretende-se assegurar a continuidade e o aprimoramento das ações de publicidade institucional do Município de Sombrio e do Fundo Municipal de Saúde.
Busca-se proporcionar planejamento integrado das ações de comunicação, uniformidade da identidade institucional, maior qualidade técnica e criativa das campanhas e utilização eficiente dos diferentes meios de divulgação disponíveis.
Pretende-se ampliar a capacidade da Administração de informar e orientar a população acerca de serviços públicos, programas, campanhas, prazos, ações e demais assuntos de interesse coletivo, utilizando estratégias e linguagens adequadas aos diferentes públicos.
No âmbito da saúde, busca-se garantir suporte especializado às campanhas educativas, preventivas e de orientação, contribuindo para ampliar o alcance das informações e facilitar o acesso da população aos serviços ofertados pela rede municipal.
Espera-se também obter maior eficiência na aplicação dos recursos destinados à publicidade, por meio de adequado planejamento de mídia e não mídia, acompanhamento dos serviços de produção, negociação das condições de veiculação e avaliação dos resultados das campanhas realizadas.
Como resultado final, pretende-se manter um sistema contínuo, profissional e eficiente de publicidade institucional, adequado às necessidades da Administração e da população do Município de Sombrio.

7. CONCLUSÃO:

7.1. Com base no acima exposto, entende-se (X) VIÁVEL / (...) INVIÁVEL esta contratação.

A contratação de agência especializada mostra-se adequada e necessária para atendimento das demandas contínuas de publicidade institucional do Município de Sombrio e do Fundo Municipal de Saúde, encontrando respaldo na Lei Federal nº 12.232/2010 e, subsidiariamente, na Lei Federal nº 14.133/2021.

7.2. Forma de contratação e critério de julgamento

(...) Escopo/Tarefa
(X) Contínuo
(...) Registro de Preços
(...) Credenciamento
(...) Menor preço
(X) Técnica e preço
(....) Outro: .....

Município de Sombrio

Revisado em 09/10/2026

GISLANE DIAS DA CUNHA:63776120959

Assinado de forma digital por GISLANE DIAS DA CUNHA:63776120959
Dados: 2026.10.15 17:18:28 -03'00'

GISLANE DIAS DA CUNHA
Prefeita Municipal

RAFAEL DOS SANTOS SILVA:04795084963

Assinado de forma digital por RAFAEL DOS SANTOS SILVA:04795084963
Dados: 2026.10.15 17:18:40 -03'00'

RAFAEL DOS SANTOS SILVA
Secretário Municipal de Saúde