



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR – ETP

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE – ARTIGO 18, § 1º, INCISO I

1.1. A comunicação institucional do Município de Três Barras do Paraná fundamenta-se no princípio constitucional da publicidade, previsto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, o qual estabelece o dever da Administração Pública de divulgar atos, programas, obras e serviços de interesse público, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.

1.2. A ausência de uma agência especializada em serviços publicitários compromete a capacidade do município de realizar campanhas eficazes que atendam às demandas da sociedade, prejudicando a transparência e limitando o acesso à informação pela população.

1.3. A contratação de serviços especializados em publicidade visa garantir a execução de ações com alto nível técnico, capazes de atender às demandas institucionais e fortalecer a comunicação entre a Administração Pública e a sociedade, promovendo maior engajamento e compreensão das iniciativas governamentais.

1.4. Além disso, a medida busca otimizar os recursos públicos, assegurando maior eficiência na gestão das atividades de comunicação institucional e na divulgação de informações de interesse público.

1.5. A necessidade da contratação está amparada pela Lei nº 12.232/2010, que regulamenta os procedimentos de contratação de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelecendo critérios técnicos e legais que garantem a eficiência e a transparência no processo.

2. ALINHAMENTO AO PLANEJAMENTO DA ADMINISTRAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º INCISO II



2.1. A presente contratação está devidamente contemplada no Plano de Contratações Anual (PCA) para o exercício de 2025, com execução prevista para o mês de fevereiro de 2025.

2.2. A iniciativa está em plena conformidade com o planejamento estratégico do Município de Três Barras do Paraná, destacando-se como um instrumento essencial para o fortalecimento das políticas públicas e a promoção da transparência administrativa.

2.3. A comunicação institucional, enquanto eixo estratégico, está alinhada às metas de desenvolvimento socioeconômico da região, contribuindo para uma gestão pública mais participativa, informativa e acessível à população.

3. REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º INCISO III

3.1. Elaboração e execução de campanhas educativas, institucionais e de interesse público, visando atender às demandas da Administração Pública.

3.2. Realização de pesquisas de opinião pública e levantamento de perfil social, com o objetivo de embasar estratégias de comunicação.

3.3. Planejamento, criação, produção e execução técnica de peças publicitárias em diferentes formatos e mídias.

3.4. Execução e veiculação de materiais publicitários em veículos de comunicação diversos, de acordo com os objetivos das campanhas.

3.5. Planejamento, organização e execução de eventos relacionados a campanhas sociais, educativas e institucionais.

3.6. Prestação de serviços de endomarketing e marketing digital, com foco no fortalecimento da comunicação interna e externa.



3.7. Garantia de conformidade com a legislação vigente, em especial a Lei nº 12.232/2010, que regulamenta os serviços de publicidade na Administração Pública, e a Lei nº 14.133/2021, que estabelece normas gerais de licitação e contratação.

4. ESTIMATIVAS E QUANTIDADES DE CONTRATAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º INCISO IV

4.1. Em razão da natureza intelectual dos serviços publicitários e da variabilidade das demandas da Administração Pública, não é possível estimar previamente as quantidades específicas de produtos e serviços a serem contratados.

4.2. As necessidades específicas serão identificadas e formalizadas conforme as demandas apresentadas no decorrer da execução contratual, garantindo a adequação dos serviços às prioridades administrativas.

4.3. As quantidades e os valores estimados para a contratação dos serviços estão detalhados na tabela abaixo:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO DO SERVIÇO	UND	QTDE	PREÇO TOTAL MÁXIMO
01	<i>Contratação de uma agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade, correspondente ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão externa e a divulgação, inclusive internet; criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; elaboração e registro de marcas, expressão de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como a programação visual; execução de ações de consultoria técnica decorrente dessa contratação; execução de serviços de promoção, não compreendido como apoio e patrocínios; planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, o público alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre resultados das campanhas realizadas; demais serviços inerentes à atividade publicitária, para atender às necessidades da Administração Municipal, conforme tabela do SINAPRO.</i>	Und	01	R\$ 300.000,00 (investimento máx. anual)

4.4. O detalhamento apresentado busca assegurar a prestação de serviços publicitários que atendam às necessidades da comunicação institucional e publicitária da



Administração Municipal, garantindo eficiência, inovação e alinhamento às melhores práticas do setor.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO – ARTIGO 18, § INCISO V

3.1. A presente contratação não permite a quantificação prévia e detalhada dos produtos e serviços a serem executados durante sua vigência. Diferentemente de serviços de natureza comum, caracterizados por tarefas realizadas de forma mecânica ou conforme técnicas, protocolos e métodos previamente estabelecidos, os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual. Sua execução exige a expertise da agência contratada para a proposição de soluções personalizadas e adequadas aos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda específica.

3.2. Dessa forma, as particularidades do objeto inviabilizam a elaboração de um orçamento detalhado com base em planilhas de quantitativos e preços unitários. A definição dos produtos e serviços a serem fornecidos dependerá diretamente das soluções publicitárias desenvolvidas e aprovadas ao longo da execução contratual, variando conforme as estratégias de comunicação e as linhas criativas adotadas pela contratada para atender às necessidades de cada campanha.

3.3. Considerando a importância estratégica da política de comunicação institucional, bem como o princípio da transparência e a necessidade de ampliar o alcance das ações junto à crescente população do município, o valor estimado para a presente contratação é de **R\$ 300.000,00** (trezentos mil reais).

3.4. Adicionalmente, destaca-se que a última contratação ocorreu em 2018 e foi renovada com acréscimo de 25% em 2021. O valor proposto reflete uma reavaliação das condições do município, que registra um aumento expressivo na demanda por informações e ações de comunicação pública.

3.5. Assim, o valor estimado de **R\$ 300.000,00** é plenamente justificado pela necessidade de atender às demandas institucionais de maneira eficaz, assegurando o fortalecimento



da comunicação pública e o cumprimento do dever de transparência por parte da administração municipal.

3.6. A modalidade "Técnica e Preço" é adequada para garantir qualidade e eficiência.

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º, INCISO VI

6.1. O valor estimado para a contratação é de R\$ 300.000,00, definido com base no histórico contratual da Administração Municipal e nas necessidades previamente identificadas para o exercício em questão.

6.2. O montante contempla os custos relacionados à produção, veiculação e honorários técnicos, em conformidade com os parâmetros estabelecidos pela Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços publicitários no âmbito da Administração Pública.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO – ARTIGO 18, 1º INCISO VII

7.1. A solução proposta abrange o estudo, planejamento, conceituação, criação e execução de ações publicitárias, tanto em âmbito interno quanto externo. Também inclui a intermediação, supervisão de peças publicitárias e veiculação em diferentes meios de comunicação.

7.2. Fazem parte da solução a realização de pesquisas de mercado, com o objetivo de entender o público-alvo e aprimorar a efetividade das campanhas, além do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária que acompanhem as tendências tecnológicas e promovam maior impacto nas mensagens e ações da Administração Pública.



8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO – ARTIGO 18, ° 1º INCISO VIII

8.1. A contratação será realizada de forma unificada, sem parcelamento, com o objetivo de assegurar maior eficiência na gestão e no controle das atividades publicitárias, além de proporcionar economia de recursos públicos.

8.2. A centralização dos serviços permite um planejamento integrado, garantindo uniformidade na execução das campanhas e otimização dos processos administrativos, em conformidade com os princípios da economicidade e da eficiência.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS – ARTIGO 18, § 1º INCISO IX

9.1. A contratação visa promover maior eficiência na comunicação institucional, com ênfase no fortalecimento da transparência das ações da Administração Pública e no incentivo à participação ativa da cidadania.

9.2. Espera-se, também, otimizar os recursos públicos alocados, garantindo o alcance ampliado e eficaz das mensagens institucionais, com foco na conscientização e engajamento da população nas ações governamentais.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM TOMADAS PELA ADMINISTRAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º, INCISO X

10.1. A Administração contará com uma equipe técnica devidamente capacitada, responsável pela gestão, fiscalização e acompanhamento da execução contratual, garantindo a conformidade com os termos acordados.

10.2. Não são necessárias adequações de infraestrutura ou capacitação adicional de servidores para a execução deste contrato, uma vez que a equipe técnica já possui a qualificação necessária para o gerenciamento eficaz das atividades previstas.



11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES – ARTIGO 18, § 1º INCISO XI

11.1. Não há contratações correlatas ou interdependentes a serem realizadas, uma vez que a agência contratada será responsável pela intermediação e supervisão de todos os fornecedores especializados envolvidos na execução dos serviços publicitários, garantindo a coordenação integral das atividades previstas no contrato.

12. DESCRIÇÃO DOS IMPACTOS AMBIENTAIS – ARTIGO 18, § 1º INCISO XII

12.1. Não foram identificados impactos ambientais diretos decorrentes da contratação. Contudo, será incentivada a adoção de práticas sustentáveis pelas agências contratadas, com o objetivo de minimizar possíveis impactos ambientais indiretos, como o uso racional de recursos e a gestão adequada de resíduos.

13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A CONTRATAÇÃO – ARTIGO 18, § 1º INCISO XIII

13.1. A contratação é viável e fundamental para atender às necessidades de comunicação institucional do Município, permitindo o fortalecimento da transparência, da interação com a sociedade e da divulgação de políticas públicas essenciais.

13.2. A alocação orçamentária necessária para a execução do contrato já está prevista no Planejamento Anual, e a equipe técnica designada para a gestão do contrato possui a expertise necessária para garantir sua execução eficiente, dentro dos parâmetros estabelecidos e com o uso otimizado dos recursos públicos.

Três Barras do Paraná, 27 de janeiro de 2025.



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CLEBERSON BORDIM

Secretário Municipal de Administração e Planejamento

ELIZA BORTOLANZA

Secretária Municipal de Educação e Cultura

MARIA CRISTINA GUSSO

Secretária Municipal de Ação Social

DANIEL HAWERROTH

Secretário Municipal de Cultura

DÉBORA NÁDIA PILATI VIDOR

Secretária Municipal de Saúde

VALDENIR APARECIDO RODRIGUES

Secretário Municipal de Esportes