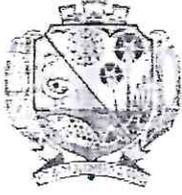




PREFEITURA MUNICIPAL DE  
**SANTANA**  
*do Acaraú*  
*Trabalhando junto com o povo!*



**ANEXO II**  
**ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR**



## ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)

ETP.25.01.21.B4E-01 - DATA: 21/01/2025	
Categoria:	SERVIÇO

### 1. PROBLEMA RESUMIDO

Problema de falta de informação sobre as ações governamentais no município de Santana do Acaraú. A contratação de uma empresa para divulgação em rádio é essencial para garantir a transparência e o acesso dos cidadãos a informações de interesse público.

### 2. CLASSIFICAÇÃO DA PRETENSA PUBLICAÇÃO

Este objeto de contratação pública se enquadra na categoria de serviços comuns, conforme previsto na Lei 14.133 de licitações.

A contratação de empresa para divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio, com veiculação em emissora de alcance no município de Santana do Acaraú/CE, visa promover a transparência das ações governamentais e informar a população sobre as iniciativas de interesse público.

O presente Estudo Técnico Preliminar está fundamentado nos ditames da Lei nº 14.133/2021 e no Decreto Nº 071202/2023, de 07 de dezembro de 2023.

### 3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

A Secretaria de Gestão da Prefeitura Municipal de Santana do Acaraú é a responsável pela coordenação das relações pública com a Imprensa, supervisão das ações pertinentes à Imprensa, e organização do fluxo interno de informações da prefeitura municipal e produção de informações para os meios de comunicação.

Com a rápida ampliação do acesso à informação pela população, especialmente com o advento da internet e da atuação dos diversos veículos de comunicação que difundem notícias no meio online, e ainda pelo crescimento da audiência e circulação de todos os tipos de mídia, para garantir a continuidade de seus trabalhos, foi identificado a necessidade da ampliação do trabalho da Secretaria de Gestão no relacionamento da Administração Pública com os veículos de comunicação e consequentemente com a população.

Com o constante desenvolvimento e ampliação de ações e programas, além de incrementos de novos serviços aos cidadãos, nossa principal referência, sua divulgação nos veículos de comunicação e nos canais próprios da administração municipal, de forma eficaz e profissional, se torna cada vez mais essencial para o fiel cumprimento do papel constitucional desta prefeitura, informando orientando e educando quanto aos direitos e serviços disponibilizados ao seu público-alvo.

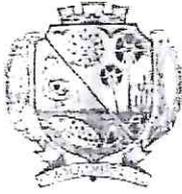
A necessidade supra-apontada decorre dos próprios objetivos da Secretaria de Gestão da Prefeitura Municipal de Santana do Acaraú, que necessitam ser adequadamente alcançados, incluindo:

- Difundir amplamente informações sobre os direitos dos cidadãos e os serviços públicos;
- Divulgar, de forma clara e objetiva, os projetos e ações desenvolvidos pelo município nas diversas áreas de interesse da sociedade, de maneira a facilitar seu entendimento;
- Estimular a sociedade a participar do debate e do aprimoramento das políticas públicas do Município;
- Adequar as mensagens aos segmentos sociais com os quais se pretenda comunicar, sempre observado o caráter educativo, informativo ou de orientação social obrigatório à divulgação dos programas e projetos da administração, conforme art. 37, §1º, da Constituição Federal.

Com esta contratação, buscamos impulsionar o crescimento e a inovação da comunicação, promovendo uma gestão mais transparente e eficiente das informações. Desejamos fortalecer o vínculo com a população, divulgando as ações da Prefeitura de forma clara e acessível, e posicionar a cidade de Santana do Acaraú como uma cidade moderna e engajada com seus cidadãos.

### 4. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

A previsão no plano de contratação anual inclui a contratação de empresa para divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio, visando a divulgação das ações governamentais de interesse público em Santana do Acaraú/CE, de acordo com a nova lei de licitação 14.133/2021.



## 5. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Os serviços do presente Estudo Técnico Preliminar se constitui, no atual cenário, em objeto de frequente, aquisição de órgãos públicos, em todas as suas esferas, cumprindo as respectivas exigências legais, normativas e editalícias.

De acordo com a Lei 14.133/2021 de licitações, este serviço se enquadra na categoria de serviços comuns, que são aqueles cujos padrões de desempenho e qualidade podem ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais de mercado.

A execução dos serviços objeto da futura contratação deverá ser realizada, em regra, diretamente pela contratada, por intermédio de equipe técnica de profissionais com experiências anteriores na execução de serviços semelhantes, observadas rigorosamente as especificações, prazos e condições contidas no Termo de Referência.

O Prazo para recebimento dos serviços, será imediata, após o recebimento da Ordem de Serviço e assinatura do contrato de prestação de serviços.

Os presentes requisitos de contratação foram elencados levando-se em consideração as peculiaridades do serviço a ser prestado.

Os serviços possuem natureza continuada ou não, em função de sua essencialidade, visando atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando o funcionamento das atividades meio da secretaria competente.

A contratada deverá fornecer diretamente o objeto, não podendo transferir a responsabilidade pelo objeto licitado para nenhuma outra empresa ou instituição de qualquer natureza.

Não haverá exigência de garantia de execução para a presente contratação.

A vigência inicial do contrato será de até 12 (doze) meses.

Em síntese, a contratada deverá obedecer às regras estabelecidas no edital de licitação, termo de referência, contrato e proposta, bem como aos seus respectivos documentos complementares, conforme o caso.

A empresa interessada em participar do processo licitatório deverá apresentar experiência comprovada no objeto previsto no detalhamento dos serviços descritos no termo de referência.

A comprovação deverá ser feita através de atestado de capacidade técnica emitido por entidades públicas ou privadas, com os mesmos serviços apresentados nesse Estudo Técnico Preliminar.

Para a prestação dos serviços pretendidos, os eventuais interessados deverão comprovar que atuam em ramo de atividade compatível com o objeto da licitação, bem como apresentar os seguintes documentos a título de habilitação, nos termos do art. 62, da Lei nº 14.133/2021.

### DA HABILITAÇÃO

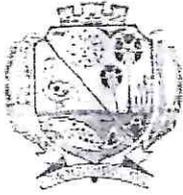
Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os seguintes requisitos, que serão exigidos conforme sua natureza jurídica:

#### HABILITAÇÃO JURÍDICA - DOCUMENTAÇÃO:

- Registro comercial, no caso de empresa individual – Constituição e última alteração quando houver;
- Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, acompanhado da última alteração, no caso de inexistência de contrato consolidado, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, além do estatuto e alterações subsequentes, a licitante deverá apresentar a documentação relativa à eleição de seus administradores;
- Inscrição do Ato Constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- Decreto de Autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no país e ato de registro ou autorização para funcionamento expedida pelo órgão competente quando a atividade assim o exigir;
- Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, se a licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

#### REGULARIDADE FISCAL:

- Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;
- Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- Prova de Regularidade fiscal com a Fazenda Estadual (Certidão Negativa de Débitos Tributários Inscritos em Dívida Ativa do Estado que deve ser emitida através do link



<https://www.dividaativa.pge.sp.gov.br/sc/pages/crda/emitirCrda.jsf>), permitindo a apresentação de certidões positiva com efeito de negativa, bem como Prova de Regularidade fiscal com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do Licitante (ISSQN e Tributos Mobiliários), permitindo a apresentação de certidões positiva com efeito de negativa, ou equivalente na forma da Lei;

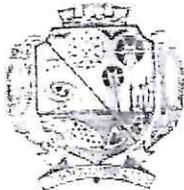
- Prova de Regularidade fiscal para com a Fazenda Federal, através de Certidão Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa (Certidão Conjunta de Débitos Relativos aos Tributos Federais, à Dívida Ativa da União e Seguridade Social), conforme disposto na Portaria nº 443/2014 do Ministério da Fazenda;
- Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), mediante apresentação do CRF – Certificado de Regularidade FGTS, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais, instituídos por Lei, permitindo a apresentação de certidões positiva com efeito de negativa;
- Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, relativa a débitos trabalhistas (conforme redação do inciso V e § 2º do art. 68 da Lei Federal nº 14.133/2021);
- Declaração de que não possui no seu quadro de funcionários menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menores de 16 anos em qualquer outro tipo de trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos;
- Na hipótese de não constar prazo de validade nas Certidões apresentadas, serão válidas as expedidas até 90 (noventa) dias imediatamente anteriores à data de abertura da Sessão Pública.
- A Prova de Regularidade com a Fazenda Municipal, referente ao item "c", exclusivamente para os Licitantes com domicílio ou sede em Caraguatatuba/SP, compreendem duas Certidões distintas, sendo uma Certidão de Tributos Mobiliários e outra exclusiva para o ISSQN, devendo ser observada a mesma situação para as demais licitantes, caso a Fazenda Municipal de sua sede ou domicílio também procedem pela emissão de duas certidões distintas.

#### QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- Balanço Patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 02 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, ou balanço de abertura para o caso de empresa recém-constituída, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;
- O Balanço Patrimonial e as demonstrações Contábeis, bem como o Balanço de Abertura (para o caso de empresas recém-constituídas), deverão estar devidamente registrados na Junta Comercial ou Cartório de Registro competente da sede ou domicílio da licitante, assinados por Contador registrado no Conselho Regional de Contabilidade ou pelo Contabilista Legalmente Habilitado, conforme estabelecido pelo Decreto-Lei 9.295/46, acompanhados de cópias autenticadas dos Termos de Abertura e encerramento do Livro Diário do qual foram extraídos (conforme artigo 5º, §2º, do Decreto Lei 486/69);
- As empresas que utilizam a escrituração contábil digital deverão apresentar o Balanço Patrimonial e Demonstrativo de Resultado dos 02 (dois) últimos exercícios sociais exigíveis, acompanhado dos Termos de Abertura e Encerramento (relatório gerado pelo SPED), Recibo de Entrega do Livro Digital na Receita Federal;
- As empresas que utilizam a escrituração contábil através de Livro Fiscal, deverão apresentar o Balanço Patrimonial e Demonstrativo de Resultado dos 02 (dois) últimos exercícios sociais exigíveis, acompanhado dos Termos de Abertura e Encerramento;
- Sociedades sujeitas ao regime estabelecido na Lei Complementar nº 123/2006 (Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte) não estão dispensadas da apresentação de Balanço Patrimonial, devendo proceder com sua apresentação na forma estabelecida nas alíneas deste item;
- Os exercícios Sociais exigidos para apresentação dos Balanços Patrimoniais mencionados na alínea "a" deste item compreendem-se os anos de 2024 e 2023.
- Os documentos referidos no item anterior limitar-se-ão ao último exercício, ano de 2024, no caso de pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 02 (dois) anos.
- Certidão Negativa de feitos sobre de Falência, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, apto a comprovar a sua viabilidade econômico-financeiras estabelecidas no Edital.
- Apresentação de documento que demonstre a boa situação financeira atualizada, extraído do balanço do último exercício financeiro, assinada pelo representante legal da empresa, contador ou técnico contabilista, comprovando que a licitante dispõe de Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC) superiores a 01 (um inteiro). O cálculo dos índices deverá ser efetuado de acordo com as fórmulas seguintes:  
LG – Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo  
Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo  
SG – Ativo Total  
Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo  
LC – Ativo Circulante
- Passivo Circulante
- A licitante deverá apresentar também, junto com os documentos de habilitação, a comprovação de Patrimônio Líquido ou Capital Social, corresponde a 10% (dez por cento) do valor total para o(s) lote(s) que irá licitar.

#### Habilitação Técnica:

- Atestado de Capacidade Técnica fornecido por Pessoa Jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, que comprove aptidão para execução de serviços de características semelhantes de complexidade tecnológica e



operacional equivalentes ao objeto desta licitação, indicando o endereço do atestante, de forma a permitir possível diligência para esclarecimentos.

- Os documentos de habilitação deverão ser enviados pelo fornecedor, por e-mail, juntamente com a sua proposta ou no prazo estabelecido no Aviso de Dispensa.
- Na hipótese de necessidade de envio de documentos complementares aos já apresentados para a habilitação ou de documentos não constantes na documentação inicial disponibilizada com a publicação da Dispensa Eletrônica, o Agente responsável deverá solicitar ao vencedor, no prazo definido no Aviso de dispensa, o envio desses.
- O prazo para envio de documentos complementares não será inferior a 24 (vinte quatro) horas e nem superior a 72 (setenta e duas) horas. Em qualquer caso, concluída a negociação, se houver, o resultado será registrado na ata do procedimento da dispensa eletrônica, devendo esta ser anexada aos autos do processo de contratação.
- Constatado o atendimento às exigências estabelecidas anteriormente, o fornecedor será habilitado.
- Na hipótese de o fornecedor não atender às exigências para a habilitação, o Agente examinará a proposta subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda às especificações do objeto e as condições de habilitação.
- Caso não haja recebimento de propostas adicionais, o Agente de Contratação realizará a verificação da habilitação da empresa que apresentou o menor preço na pesquisa de preços, com base nos documentos obtidos na referida fase, podendo atualizá-los, havendo possibilidade, ou requerer a sua complementação.

## 6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Para esta contratação, foi realizado o levantamento de mercado para determinar as soluções e inovações existentes que poderiam atender aos requisitos estabelecidos nesse estudo, buscando alcançar os resultados pretendidos e atender à necessidade da contratação, levando-se em conta aspectos de economicidade, eficácia, eficiência, padronização, sustentabilidade e inovação.

A problemática desenvolvida neste Estudo Técnico Preliminar poderia ser enfrentada a partir de diferentes possibilidades de solução, dentre as quais podemos relacionar:

- Suprir as necessidades de Comunicação a partir da própria estrutura da Secretaria de Gestão do Município;
- Capacitar servidores para executar os serviços, com dedicação exclusiva de mão de obra;
- Contratação de empresa para a prestação de serviços de divulgação dos atos oficiais da administração por meio de spots por meio de rádio de alcance em todo o território municipal e de conteúdos digitais em redes sociais;

Dos itens mencionados no parágrafo anterior, podemos tecer os seguintes comentários:

- Suprir as necessidades de Comunicação a partir da própria Secretaria de Gestão demonstrou ser uma estratégia insuficiente para atender as demandas de comunicação social já citadas neste ETP;
- Investir na capacitação de servidores locais para produção de conteúdo escrito e audiovisual. As vantagens são conhecimento profundo da cultura, questões e interesses da comunidade, o que pode levar a uma comunicação mais relevante e eficaz. Por outro lado o processo de capacitação pode ser demorado e exigir recursos significativos em termos de tempo, dinheiro recursos e equipamentos.
- Contratação de empresa para a prestação de serviços de divulgação dos atos oficiais da administração por meio de spots de rádio de alcance em todo o território municipal e de conteúdos digitais em redes sociais. Essa solução abarca serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades, planejamento de comunicação, relações públicas e comunicação digital visando o atendimento de toda a Prefeitura. Não se trata de somente da contratação de profissionais alocados em espaço físico definido, mas as empresas especializadas, que possui profissionais com experiência, expertise, equipamentos e conhecimento avançado em estratégias de mídias sociais para a prestação de serviços de comunicação, permitindo a solução de problemas complexos, em locais distintos, que requeiram além de profissionais capacitados, mas também de equipamentos e metodologias adequados.

Portanto, com base em levantamento de mercado, a contratação de empresa para a prestação de serviços, na modalidade PREÇO ELETRÔNICO, por MENOR PREÇO, é a escolha o que mais se aproxima dos requisitos definidos e que mais promove a competição, levando em conta economicidade, eficácia, eficiência, padronização e prática do mercado.

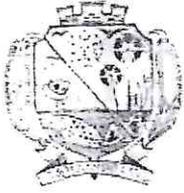
## 7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação de uma empresa especializada para a divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio tem como objetivo garantir uma comunicação eficaz e estratégica, ampliando o alcance das mensagens e aumentando a visibilidade das ações, produtos ou serviços promovidos pela organização.

A solução proposta abrange as seguintes etapas e responsabilidades:

### 1. Planejamento Estratégico de Comunicação:

- Definir o público-alvo e os objetivos específicos de cada ação (spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo).
- Elaborar uma estratégia de mídia para garantir que os conteúdos sejam divulgados nas emissoras de rádio mais



adequadas, atingindo a audiência desejada.

2. Produção de Conteúdo:

- Desenvolvimento de roteiros criativos e impactantes para spots publicitários e testemunhais, com foco na persuasão e clareza da mensagem.
- Organização e gravação das coletivas de imprensa e entrevistas de campo, garantindo que o conteúdo esteja alinhado com os objetivos da campanha.

3. Divulgação nas Emissoras de Rádio:

- Identificar e selecionar as emissoras de rádio mais adequadas para a veiculação das peças de comunicação, levando em consideração a audiência, o formato e o alcance geográfico.
- Negociar com as rádios para definir horários estratégicos para a veiculação dos spots, testemunhais e outras peças, garantindo visibilidade máxima.

4. Monitoramento e Acompanhamento:

- Acompanhamento contínuo da execução da campanha, garantindo que os spots e outros conteúdos sejam veiculados conforme o planejado.
- Monitoramento da repercussão das ações nas emissoras de rádio, analisando os feedbacks do público e ajustes necessários na estratégia.

5. Análise de Resultados e Relatórios:

- Avaliação do impacto das ações de divulgação, com base em métricas como audiência, engajamento e retorno sobre o investimento (ROI).
- Elaboração de relatórios periódicos com as principais informações sobre o desempenho da campanha.

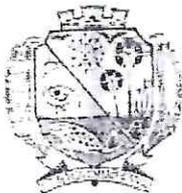
A contratação de uma empresa especializada assegura a implementação de uma campanha de rádio bem estruturada, com profissionais capacitados para lidar com todos os aspectos da produção, veiculação e monitoramento das peças publicitárias.

Além disso, garante maior efetividade na comunicação e otimização dos resultados, contribuindo para o sucesso das ações de divulgação e fortalecimento da imagem da organização.

### 8.1. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES DE ITENS A SEREM CONTRATADOS:

As especificações e quantitativos indicados basearam-se em dados de consultas realizadas junto ao setor competente responsável por identificar as necessidades inerentes ao objeto da pretensa contratação, dessa forma entende-se necessária a contratação dos seguintes itens e quantitativos:

Descrição	Unid. Medida	Quant.
COLETIVA DE IMPRENSA COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO. COLETIVA DE IMPRENSA DE DURAÇÃO DE ATÉ 45 MINUTOS COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO EM SISTEMAS DE RÁDIOS.	UNIDADE	60
DIVULGAÇÃO DE SPOTS 30" DIVULGAÇÃO DE SPOTS DE DURAÇÃO DE 30" (TRINTA) SEGUNDOS (DIVULGAÇÃO EM PROGRAMAS DE RÁDIOS).	UNIDADE	900
DIVULGAÇÃO DE SPOTS 60" DIVULGAÇÃO DE SPOTS DE 60" (SESENTA) SEGUNDOS (DIVULGAÇÃO EM PROGRAMAS DE RÁDIOS)	UNIDADE	800
ENTREVISTA DE CAMPO COM GRAVAÇÃO E PUBLICAÇÃO. ENTREVISTA DE CAMPO DE ATÉ 15 MINUTOS COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO EM SISTEMAS DE RÁDIOS.	UNIDADE	90
TESTEMUNHAL COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO. TESTEMUNHAL DE DURAÇÃO DE ATÉ 01 MINUTO COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO EM SISTEMAS DE RÁDIOS.	UNIDADE	600



## 8.2. ITENS, QUANTITATIVOS E VALORES ESTIMADOS

Descrição	Unid.	Quant	Valor Unit. R\$	Valor total R\$
COLETIVA DE IMPRENSA COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO.	UNIDADE	60	591,67	35.500,20
DIVULGAÇÃO DE SPOTS 30"	UNIDADE	900	31,00	27.900,00
DIVULGAÇÃO DE SPOTS 60"	UNIDADE	800	56,33	45.064,00
ENTREVISTA DE CAMPO COM GRAVAÇÃO E PUBLICAÇÃO.	UNIDADE	90	690,00	62.100,00
TESTEMUNHAL COM GRAVAÇÃO E DIVULGAÇÃO.	UNIDADE	600	286,67	172.002,00

O setor de compras competente após realização de pesquisas de preços com fornecedores por meio e-mail, banco de preço públicos praticados, sites, links da internet e coletas em loco constatou que o preço médio estimado global para esta contratação é de R\$ 342.566,20 (trezentos e quarenta e dois mil quinhentos e sessenta e seis reais e vinte centavos).

## 9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Com base nos estudos acima, concluímos que a aglutinação da contratação dos serviços por item é a opção mais adequada para garantir a eficiência, a eficácia e a qualidade na prestação dos serviços, em que não há a possibilidade de divisão em itens, o que inviabilizaria a execução plena do objeto proposto.

## 10. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

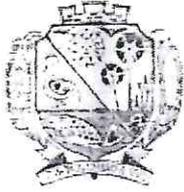
O processo de contratação para divulgação de ações governamentais em rádio em Santana do Acaraú/CE segue as fases previstas na lei 14.133 de licitações públicas. Inicialmente, é elaborado o DFD, documento que formaliza a demanda. Em seguida, é realizada a cotação de preços e o ETP, estudo técnico preliminar, para definir os requisitos necessários. Com base nesse alinhamento, a contratação da empresa será feita de forma transparente e eficiente, garantindo a divulgação adequada das informações de interesse público.

## 11. RESULTADOS PRETENDIDOS

A contratação de empresa para divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio visa alcançar uma série de resultados estratégicos para a administração pública ou a organização que contrate esses serviços.

Principais resultados pretendidos com a execução de tais ações:

1. Ampliar o Alcance da Mensagem
  - Objetivo: Garantir que as mensagens sejam amplamente divulgadas para um público mais extenso e diversificado, atingindo diferentes segmentos de audiência por meio das emissoras de rádio.
  - Resultado Esperado: Atingir um número significativo de ouvintes em diferentes regiões geográficas, ampliando o impacto das campanhas ou informações divulgadas.
2. Fortalecer a Imagem Institucional
  - Objetivo: Melhorar a percepção pública da organização ou do governo, apresentando-a de maneira clara, acessível e positiva.
  - Resultado Esperado: Aumentar a credibilidade e confiança do público na instituição, reforçando a imagem de transparência e comprometimento com a sociedade.
3. Engajamento e Interação com o Público
  - Objetivo: Promover a interação direta com os ouvintes, estimulando a participação por meio de chamadas para ação, como enviar perguntas, comentários ou opiniões durante as entrevistas e coletivas.
  - Resultado Esperado: Estimular um engajamento maior com o público, o que pode ser medido por meio de feedbacks, chamadas para participação nas ações, e até mesmo pelo aumento de audiência ou interações nas redes sociais associadas.
4. Esclarecer Informações e Tirar Dúvidas
  - Objetivo: Utilizar os meios de comunicação para esclarecer temas relevantes para a sociedade ou para o



público-alvo, como políticas públicas, campanhas institucionais, eventos ou serviços.

- Resultado Esperado: Reduzir a disseminação de informações incorretas ou desencontradas, esclarecendo pontos de dúvida e promovendo maior entendimento sobre assuntos importantes.

#### 5. Aumentar a Transparência e Prestação de Contas

- Objetivo: Utilizar os canais de rádio para prestar contas sobre ações, projetos e iniciativas públicas ou institucionais, garantindo maior transparência nas atividades desenvolvidas.

- Resultado Esperado: Proporcionar maior transparência na gestão pública ou nas atividades da organização, permitindo que o público tenha acesso a informações detalhadas e atualizadas sobre as ações que estão sendo realizadas.

#### 6. Promoção de Ações Específicas e Eventos

- Objetivo: Divulgar eventos importantes, campanhas de conscientização, lançamentos de projetos ou serviços públicos relevantes.

- Resultado Esperado: Aumento da adesão e participação nas ações divulgadas, como maior comparecimento a eventos, maior envolvimento com campanhas de conscientização e maior procura por serviços oferecidos.

#### 7. Fortalecer a Comunicação de Crise

- Objetivo: Em situações de crise ou necessidade de esclarecimento urgente, os spots, testemunhais e coletivas servem como ferramentas essenciais para informar e tranquilizar a população.

- Resultado Esperado: Minimizar o impacto negativo de situações adversas, com uma comunicação clara, objetiva e controlada, mantendo a confiança do público mesmo em tempos difíceis.

#### 8. Gerar Conteúdo Relevante e Educativo

- Objetivo: Criar e veicular conteúdos que informem e eduquem a população sobre temas de interesse público, como saúde, segurança, educação, direitos civis e outros tópicos.

- Resultado Esperado: Melhorar a conscientização da população sobre temas críticos, contribuindo para o bem-estar coletivo e o engajamento com as políticas públicas.

#### 9. Mensuração de Resultados e Impacto

- Objetivo: Avaliar o impacto da campanha de comunicação, seja pela audiência atingida, seja pela interação do público ou pela efetividade na promoção de ações.

- Resultado Esperado: Obter dados concretos sobre a eficácia das ações de comunicação, que podem ser analisados para ajustes futuros e melhoria contínua das estratégias de comunicação.

#### 10. Promoção de uma Imagem de Acessibilidade e Inclusão

- Objetivo: Usar a rádio como canal acessível para todas as camadas da população, incluindo pessoas com deficiências auditivas, sociais ou econômicas.

- Resultado Esperado: Garantir que todas as mensagens da administração pública ou da organização sejam acessíveis a um público amplo, independente da sua localização ou condição socioeconômica.

#### 11. Estabelecer Relações com a Mídia

- Objetivo: Fomentar uma boa relação com os meios de comunicação, em especial com as emissoras de rádio, para fortalecer a confiança mútua e a colaboração em futuros projetos.

- Resultado Esperado: Criar um relacionamento produtivo e contínuo com as rádios e jornalistas, o que facilita a disseminação de mensagens no futuro e amplia o alcance de novas ações de comunicação.

Os resultados esperados com a contratação desses serviços incluem o fortalecimento da imagem institucional, a transparência nas ações e a ampliação do impacto das mensagens divulgadas. A estratégia de comunicação por rádio permite alcançar uma audiência massiva de maneira eficiente e eficaz, gerando interação, educação e engajamento com o público, além de possibilitar a avaliação contínua e a melhoria da comunicação pública.

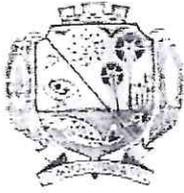
## 12. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E TRATAMENTOS

A prestação de serviços de divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio em geral não está diretamente associada a impactos ambientais significativos, considerando que se trata de uma atividade principalmente imaterial (produção de áudio e veiculação através de meios de comunicação). Contudo, alguns impactos ambientais indiretos podem ocorrer devido à infraestrutura necessária para a produção e disseminação desses conteúdos.

Os principais impactos ambientais possíveis associados a essas atividades:

### 1. Consumo de Energia

- Impacto: A produção e a veiculação de spots e programas de rádio demandam o uso de equipamentos eletrônicos como computadores, mesas de som, gravadores, transmissores de rádio, entre outros, os quais consomem energia elétrica. A geração dessa energia, dependendo da fonte, pode resultar em emissões de gases de efeito estufa e



outros poluentes.

- Mitigação: A utilização de fontes de energia renovável (como energia solar ou eólica) nos estúdios de gravação e nos transmissores pode reduzir significativamente esse impacto. Além disso, é importante adotar práticas de eficiência energética, como o uso de equipamentos de baixo consumo energético.

## 2. Emissões de Carbono

- Impacto: Se a produção das peças de rádio envolver viagens (por exemplo, gravações externas ou entrevistas de campo), o transporte de equipes pode gerar emissões de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) e outros poluentes associados ao uso de combustíveis fósseis.

- Mitigação: A escolha de meios de transporte mais sustentáveis, como carros elétricos, transporte público ou a realização de gravações remotas (quando possível), pode ajudar a minimizar o impacto. Além disso, a compensação de carbono através de programas ambientais pode ser uma alternativa.

## 3. Descarte de Equipamentos e Materiais

- Impacto: O uso de equipamentos eletrônicos, como microfones, computadores e câmeras de gravação, pode gerar resíduos tecnológicos (e-waste) quando esses itens se tornam obsoletos ou quebram. O descarte inadequado de equipamentos eletrônicos pode causar a liberação de substâncias tóxicas no ambiente, como metais pesados e produtos químicos.

- Mitigação: Implementar programas de reciclagem de equipamentos eletrônicos e promover a reutilização de materiais pode ajudar a minimizar esse impacto. Além disso, adotar práticas de compra consciente de equipamentos com maior vida útil e menor impacto ambiental também é uma medida eficaz.

## 4. Uso de Papel e Outros Materiais Impressos

- Impacto: Para campanhas de divulgação, muitas vezes são utilizados materiais impressos, como folhetos, cartazes e documentos de apoio às coletivas de imprensa e entrevistas de campo. O uso excessivo de papel pode resultar em desmatamento, poluição e consumo de recursos naturais.

- Mitigação: A digitalização de materiais de apoio e a preferência por formatos eletrônicos para distribuição de informações pode reduzir a necessidade de papel. Quando o uso de papel for inevitável, priorizar materiais recicláveis e provenientes de fontes sustentáveis é uma boa prática.

## 5. Impactos no Meio Ambiente Local durante Gravações de Campo

- Impacto: Caso as entrevistas de campo ou gravações externas sejam realizadas em ambientes naturais ou áreas públicas, pode haver impactos ambientais locais, como a perturbação da fauna, a poluição sonora ou o tráfego de veículos em áreas de difícil acesso, o que pode danificar o ecossistema local.

- Mitigação: Ao planejar gravações externas, é importante avaliar os locais escolhidos para garantir que não haja impactos negativos ao meio ambiente, respeitar as normas de preservação ambiental e, sempre que possível, realizar as gravações em locais que não afetem áreas sensíveis. O uso de equipamentos mais silenciosos e de baixo impacto ambiental também pode ajudar a mitigar o efeito da poluição sonora.

## 6. Poluição Sonora

- Impacto: A gravação de spots publicitários ou entrevistas de campo pode gerar poluição sonora, especialmente em ambientes urbanos ou naturais. Em áreas sensíveis, como parques ou áreas residenciais, o som elevado pode ser um incômodo para a comunidade local e afetar a fauna.

- Mitigação: Planejar a gravação em horários e locais apropriados, com respeito aos limites de ruído estabelecidos pelas autoridades locais, pode reduzir esse impacto. Também é possível adotar técnicas de gravação mais discretas e controlar os níveis de som durante a produção para evitar perturbações desnecessárias.

## 7. Impactos no Uso de Recursos Naturais

- Impacto: Embora o serviço de rádio em si não dependa diretamente de grandes quantidades de recursos naturais, a construção e manutenção de estúdios de gravação e instalações de transmissão exigem o uso de materiais de construção e recursos naturais para equipamentos e infraestrutura.

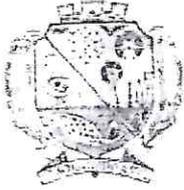
- Mitigação: A adoção de práticas sustentáveis na construção e operação de estúdios, como o uso de materiais recicláveis, a implementação de sistemas de reaproveitamento de água e a utilização de tecnologias mais eficientes em termos de consumo de recursos, pode minimizar esse impacto.

## 8. Impacto da Produção e Distribuição de Conteúdo Digital

- Impacto: A transmissão de conteúdo digital, especialmente via internet para acessar programas de rádio ao vivo ou gravados, envolve o uso de servidores e data centers, que consomem grandes quantidades de energia e geram emissões associadas ao processo de armazenamento e transmissão de dados.

- Mitigação: A escolha de provedores de serviços de hospedagem e distribuição que utilizam energia renovável e tecnologias de baixo impacto ambiental pode reduzir os impactos do uso de servidores e infraestrutura digital. Além disso, a redução do consumo de dados e a otimização de arquivos podem contribuir para a diminuição do impacto ambiental associado.

Embora os serviços de divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio



sejam, em grande parte, atividades imateriais, algumas práticas associadas à produção, transmissão e gestão desses conteúdos podem ter impactos ambientais indiretos. A adoção de medidas sustentáveis, como o uso de energia renovável, a redução de desperdícios, a reciclagem de equipamentos e a escolha de tecnologias mais eficientes, pode contribuir para mitigar esses impactos e promover uma atuação mais responsável ambientalmente no setor de comunicação.

### 13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

O objeto em questão não é correlato e nem interdependente. A clareza na definição de relações entre objetos é fundamental.

### 14. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO

A administração pública deve adotar uma série de providências rigorosas e bem definidas para garantir que a contratação de serviços de divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio seja feita de forma transparente, eficiente e conforme a legislação vigente. Essas providências são essenciais para assegurar a legalidade, a efetividade e a economicidade do processo.

Abaixo, as principais providências que devem ser tomadas:

#### 1. Definição de Necessidade e Justificativa:

- **Elaboração de Termo de Referência ou Projeto Básico:** A administração pública deve elaborar um termo de referência ou projeto básico que defina claramente os serviços a serem prestados, os objetivos da contratação, os requisitos técnicos e as condições exigidas para a execução da prestação de serviços.
- **Justificativa da Contratação:** Deve ser feita uma justificativa detalhada sobre a necessidade da contratação desses serviços, explicando os objetivos da campanha e os benefícios esperados para a comunicação pública.

#### 2. Escolha da Modalidade de Licitação:

- **Definir a Modalidade de Licitação:** A administração pública deve escolher a modalidade de licitação adequada (como concorrência, tomada de preços ou pregão eletrônico), conforme a legislação vigente, levando em consideração o valor estimado para a contratação e as características do serviço.
- **Pesquisa de Mercado:** A administração deve realizar uma pesquisa de mercado para estimar o preço justo para a contratação do serviço e garantir que a proposta seja compatível com os preços praticados no mercado.

#### 3. Elaboração do Edital de Licitação:

- **Detalhamento dos Requisitos Técnicos:** O edital deve incluir todos os detalhes sobre a execução dos serviços, como a produção de spots, organização de coletivas de imprensa, realização de entrevistas de campo, prazos, critérios de avaliação das propostas, exigências técnicas e condições de pagamento.
- **Critérios de Julgamento:** O edital deve estabelecer critérios claros para o julgamento das propostas, como menor preço, técnica e preço, ou melhor técnica, conforme o tipo de serviço contratado.

#### 4. Publicação do Edital e Convocação para Licitação:

- **Publicação Oficial:** O edital deve ser publicado no Diário Oficial e em outros meios de comunicação, de acordo com a exigência legal, garantindo a ampla divulgação e possibilitando a participação de empresas interessadas.
- **Período de Impugnação e Esclarecimentos:** Durante o período de recebimento de propostas, deve ser permitido que as empresas possam solicitar esclarecimentos ou impugnar itens do edital, a fim de garantir a transparência e a clareza do processo.

#### 5. Análise das Propostas e Seleção da Empresa Contratada:

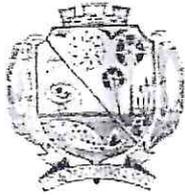
- **Avaliação das Propostas:** Após o recebimento das propostas, a comissão de licitação deverá analisar e comparar as propostas, levando em consideração os critérios estabelecidos no edital.
- **Habilitação das Empresas:** Além da proposta técnica e financeira, a empresa licitante deve comprovar que cumpre com os requisitos legais e operacionais exigidos, como a regularidade fiscal, experiência e qualificação técnica.
- **Escolha da Proposta Vencedora:** A empresa que oferecer a proposta mais vantajosa, conforme os critérios de julgamento, será escolhida para a contratação.

#### 6. Assinatura do Contrato:

- **Formalização do Contrato:** Após a seleção da empresa vencedora, deve ser formalizado um contrato administrativo que estabeleça todas as condições de execução do serviço, incluindo prazos, condições de pagamento, multas por descumprimento, e direitos e deveres das partes.
- **Garantias:** O contrato pode exigir garantias, como caução ou seguro, para assegurar a execução satisfatória do serviço.

#### 7. Acompanhamento e Fiscalização da Execução:

- **Designação de Fiscal do Contrato:** A administração pública deve designar um servidor responsável para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, garantindo que os serviços sejam prestados conforme as condições



acordadas.

- Monitoramento da Qualidade e Prazo: Deve ser realizado um acompanhamento contínuo da qualidade dos spots, testemunhais, coletivas e entrevistas de campo, garantindo que os conteúdos atendam às especificações contratuais e sejam veiculados nos meios de comunicação conforme o cronograma acordado.

#### 8. Pagamento e Liquidação:

- Conferência da Execução do Serviço: Antes de realizar o pagamento, a administração pública deve verificar se os serviços foram prestados de acordo com as condições do contrato, como a veiculação correta das campanhas nas emissoras de rádio e o cumprimento dos prazos estabelecidos.
- Pagamento: Após a confirmação de que todos os serviços foram entregues conforme acordado, a administração pública pode proceder com o pagamento à empresa contratada, respeitando as condições e prazos do contrato.

#### 9. Prestação de Contas e Relatórios:

- Elaboração de Relatórios: A administração pública deve garantir a elaboração de relatórios detalhados sobre o desempenho da campanha (alcance, audiência, impacto) e apresentar resultados à sociedade, conforme a legislação de transparência pública.
- Prestação de Contas: A contratação deverá ser acompanhada de todos os documentos fiscais, comprovantes de pagamento e relatórios de execução, para garantir a conformidade com as exigências legais de transparência e prestação de contas.

#### 10. Avaliação Pós-Execução:

- Avaliação de Resultados: Após a execução dos serviços, a administração pública deve realizar uma avaliação final sobre a efetividade da campanha de rádio, verificando o alcance das metas e os impactos da divulgação, com base em indicadores preestabelecidos.
- Encerramento do Contrato: Após a avaliação, o contrato deve ser formalmente encerrado, com a análise de eventuais pendências ou ajustes necessários para futuras contratações.

Essas providências são essenciais para garantir a eficiência, legalidade e transparência na contratação de serviços de comunicação pública, respeitando os princípios da administração pública e promovendo uma gestão responsável dos recursos públicos.

### 15. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

A contratação de uma empresa para divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevistas de campo em rádio das ações governamentais no município de Santana do Acaraú/CE é uma medida que atende aos princípios da transparência e publicidade, previstos na Lei 14.133/2021 de licitações.

Ao divulgar as ações governamentais por meio de veiculação em uma emissora de alcance em todo o território do município, a administração pública garante que a população tenha acesso às informações relevantes sobre as políticas públicas e programas desenvolvidos pelo poder público. Isso contribui para a prestação de contas e para o fortalecimento da democracia, permitindo que os cidadãos acompanhem e avaliem as ações do governo.

Além disso, a contratação de uma empresa especializada em comunicação para realizar a divulgação das ações governamentais em rádio garante a qualidade e a eficácia da mensagem transmitida. Profissionais capacitados poderão elaborar conteúdos adequados, que atinjam o público-alvo de forma clara e objetiva, contribuindo para a efetividade da comunicação.

Por fim, a contratação desse objeto também contribui para a economia local, uma vez que a empresa escolhida para realizar o serviço será responsável por gerar empregos e movimentar a economia da região. Dessa forma, a contratação atende aos princípios da eficiência e da economicidade, previstos na legislação de licitações.

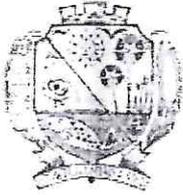
Em resumo, a contratação de uma empresa para divulgação de ações governamentais em rádio no município de Santana do Acaraú/CE é viável e atende aos requisitos da Lei 14.133/2021 de licitações, garantindo a transparência, a qualidade da comunicação e o desenvolvimento econômico local.

### 16. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

Ao longo deste Estudo Técnico Preliminar (ETP), realizamos uma análise criteriosa das necessidades do Município de Santana do Acaraú no que se refere a Contratação de empresa para divulgação de spots, testemunhais, coletivas de imprensa e entrevista de campo em rádio das ações governamentais, contendo matéria de interesse público, com veiculação em emissora de alcance em todo o território do município de Santana do Acaraú/CE.

Com base nessa análise, chegamos às seguintes conclusões:

a) O Pregão Eletrônico é a melhor modalidade de licitação para esta contratação, devido à natureza comum e frequente do objeto.



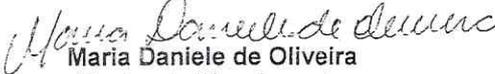
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DO ACARAÚ  
Prefeitura Municipal de Santana do Acaraú  
07.598.659/0001-30



b) A escolha do critério de julgamento sendo "Menor preço" é a mais adequada, pois alinha-se com o objetivo de garantir a prestação de serviços de qualidade pelo menor custo possível.

Santana do Acaraú-CE, 24 de Janeiro de 2025.

  
**David Willis Carneiro Marques**  
Equipe de Planejamento  
PORTARIA Nº 020/2025

  
**Maria Daniele de Oliveira**  
Equipe de Planejamento  
PORTARIA Nº 020/2025

  
**Lígia Santos de Menezes**  
Equipe de Planejamento  
PORTARIA Nº 020/2025

  
**Erica Maria Goreti de Lima**  
Equipe de Planejamento  
PORTARIA Nº 020/2025

  
**José Celso Carneiro**  
Secretário(a)  
PORTARIA Nº 004/2025

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTANA DO ACARAÚ  
<https://transparencia.acontratacao.com.br/pmsantanadoacarau/etp>  
CHAVE: b4edda67f0f57e218a8e766927e3e5c5

