

## ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

### INTRODUÇÃO

Este Estudo Técnico Preliminar (ETP) foi elaborado em conformidade com a Lei nº 14.133/2021, Lei nº 12.232/2010 e demais normativos pertinentes, com o objetivo de subsidiar a contratação de uma agência de publicidade para atender às demandas da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA). A elaboração deste documento considera os princípios de legalidade, economicidade, eficiência, publicidade e transparência.

Porém, cabe ressaltado que o presente ETP, como o próprio título sugere (preliminar) não se constitui em documento acabado, devendo a Administração da FEMA complementar e ou atualizar as informações, de forma a atender as normas legais vigentes.

### 1. DADOS DO PROCESSO

**Memorando 568/2025**

**Setor Requisitante:** DIREÇÃO EXECUTIVA FEMA

**Responsável pela Demanda:** Hilário Vetore Neto

**Objeto:** CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PLANEJAMENTO DE MÍDIA E INTEGRAÇÃO COM A AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PEDAGÓGICA DA FEMA, VISANDO O FORTALECIMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL, AUMENTO DE VISIBILIDADE E CAPTAÇÃO DE ALUNOS.

#### EQUIPE DE PLANEJAMENTO PARA ESTA CONTRATAÇÃO

Servidor	Cargo
Hilário Vetore Neto	Diretor Executivo
Eduardo Aparecido de Souza	Chefe de Seção

Juliana S. De Nigris	Chefe de Seção
Isadora Pelizone de Lima Cintra	Assistente Administrativo

## 2. OBJETIVO

**2.1.** Fornecer uma análise detalhada para a contratação de uma agência de publicidade, observando as necessidades da FEMA e garantindo que a solução contratual esteja alinhada aos princípios da administração pública e aos objetivos institucionais.

## 3. NORMATIVOS QUE DISCIPLINAM OS SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS OU MATERIAIS A SEREM ADQUIRIDOS

**3.1.** A contratação de agência de publicidade terá como base a Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

**3.2.** Será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência Presencial, e quanto ao tipo de licitação, o art. 6, Inciso XXXVIII Alínea “c” da Lei nº 14.133/2021 determina que o tipo “técnica e preço” são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, e serviços especiais como é o presente caso, ao tempo em que o art. 5º da Lei nº 12.232/2010, que disciplina as licitações e contratações de serviços de publicidade pela Administração Pública, estabelece como obrigatória a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

**3.3.** Ademais, a escolha é fundamentada pelo Art. 28, II da Lei 14.133/2021, que permite a utilização dessa modalidade quando o objeto do contrato envolver fatores de técnica predominante ou de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística, como é o caso dos serviços de publicidade.

**3.4.** A escolha da agência de propaganda deve ser baseada na capacidade técnica e na proposta de preço, conforme estabelecido pelo Art. 28, § 1º, da Lei 14.133/2021, que especifica que a avaliação da técnica deve considerar a qualidade técnica da proposta, garantindo assim a seleção da agência que melhor atenda às necessidades

de comunicação da FEMA. A ponderação entre técnica e preço deve ser definida no instrumento convocatório, permitindo uma avaliação equilibrada entre a qualidade técnica e o custo dos serviços.

**3.5.** Além disso, o Art. 186 da Lei 14.133/2021 afirma que as disposições desta Lei se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública. Isso reforça a aplicabilidade da Lei 14.133/2021 para a contratação em questão, assegurando que os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e isonomia sejam observados.

**3.6.** Portanto, a escolha da concorrência pública, na forma presencial, como modalidade de licitação é a mais adequada para a contratação de uma agência de propaganda pela FEMA, conforme os requisitos e diretrizes estabelecidos pela Lei nº 14.133/2021, garantindo a seleção de uma proposta que ofereça tanto a expertise técnica necessária quanto um custo eficiente para a administração pública.

#### **4. JUSTIFICATIVAS DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

**4.1.** A contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é uma medida estratégica e necessária para atender às demandas de comunicação e divulgação da instituição, conforme estabelecido na Lei nº 12.232/2010. A FEMA, como uma instituição de ensino e centro de desenvolvimento tecnológico e social, necessita de uma comunicação eficiente para divulgar seus programas, projetos, eventos e iniciativas, visando alcançar seus públicos-alvo de forma eficaz.

**4.2.** A justificativa para a contratação baseia-se na necessidade de serviços especializados que envolvem criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários, que demandam profissionais capacitados e uma rede de contatos com veículos de mídia para uma ampla e eficaz divulgação. A contratação direta desses serviços seria inviável, pois a FEMA não dispõe de estrutura interna para realizar tais

atividades com o mesmo nível de qualidade e alcance que uma agência especializada pode oferecer.

**4.3.** A metodologia de cálculo para quantificar o objeto foi baseada no volume e diversidade das ações realizadas e no aumento da demanda necessárias para garantir que a FEMA mantenha sua visibilidade e captação de alunos, além de promover suas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

**4.4.** Os benefícios diretos da contratação incluem o aumento na captação de alunos, o fortalecimento da marca institucional, a ampliação da visibilidade em diferentes meios de comunicação e o engajamento maior com a comunidade acadêmica e a sociedade. Indiretamente, a contratação contribuirá para o cumprimento da missão institucional da FEMA, consolidando-a como referência em educação e contribuindo para o desenvolvimento social, científico e cultural.

**4.5.** Caso a contratação não seja realizada, a FEMA poderá enfrentar dificuldades em manter sua visibilidade e atratividade, o que pode resultar em uma diminuição na captação de alunos e, conseqüentemente, em uma redução de recursos financeiros, afetando negativamente suas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

## **5. ALINHAMENTO COM INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO**

**5.1.** A contratação está alinhada ao planejamento estratégico da FEMA, garantindo que as demandas de publicidade estejam em sintonia com os objetivos institucionais.

**5.2.** A despesa prevista possui previsão orçamentária e atende às diretrizes da Lei Orçamentária Anual (LOA) e da Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO).

## **6. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

**6.1** A natureza da necessidade de contratação da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) para serviços de publicidade é de natureza especial, conforme indicado pela predominância de fatores técnicos e intelectuais, especialmente em serviços de natureza artística como a publicidade. O objetivo dessa contratação é selecionar uma agência de propaganda que atenda às necessidades de comunicação

da FEMA de forma eficaz e eficiente, garantindo a qualidade técnica e um custo adequado.

**6.2. Os requisitos necessários à contratação incluem:**

**6.2.1.** Modalidade de Licitação: Conforme o Art. 28, II da Lei 14.133/2021, a Concorrência é a mais adequada para serviços que envolvem predominância de fatores técnicos ou de natureza intelectual, como é o caso dos serviços de publicidade.

**6.2.2.** Critério de Julgamento: Lei 14.133/21, Art. 6, XXXVIII, Alínea c: " Nos casos em que o objeto do contrato envolver fatores de técnica predominante ou de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística, o critério de julgamento poderá ser do tipo técnica e preço.

**6.2.3.** Avaliação da Proposta Técnica: De acordo com o Art. 28, § 1º da Lei 14.133/2021, a avaliação da técnica deve considerar a qualidade técnica da proposta, garantindo a seleção da agência que melhor atenda às necessidades de comunicação da FEMA.

**6.2.3.1.** Lei 14.133/21, Art. 34, § 1º: A avaliação da técnica deverá considerar a qualidade técnica da proposta, atendidos os parâmetros mínimos de qualidade definidos no edital de licitação.

**6.2.4.** Aplicabilidade da Lei 14.133/2021: O Art. 186 da Lei 14.133/2021 estabelece que as disposições desta Lei se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública.

**6.2.4.1.** Lei 14.133/21, Art. 186: As disposições desta Lei aplicam-se subsidiariamente à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública.

**6.2.5.** Esses requisitos asseguram que a contratação da agência de propaganda pela FEMA seja realizada de maneira transparente, competitiva e que atenda aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e isonomia, conforme estabelecido pela Lei 14.133/2021.

### **6.3. Duração Inicial do Contrato:**

**6.3.1.** A duração inicial do contrato para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é de 12 meses, com possibilidade de prorrogação. Os serviços serão executados na sede da agência contratada, que deve manter comunicação eficaz com a FEMA e estar disponível para reuniões e visitas presenciais, conforme necessário. A flexibilidade no horário de execução dos serviços é essencial para atender às demandas da FEMA de maneira eficiente e tempestiva. O pagamento pelos serviços será realizado por meio de crédito em conta bancária da contratada até 15 dias úteis após a apresentação da Nota Fiscal e do relatório de atividades realizadas.

### **6.4. Critérios de Sustentabilidade:**

**6.4.1.** Para criar critérios de sustentabilidade para a contratação de serviços de publicidade pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), considerando a Lei 14.133/21, é essencial incorporar práticas que minimizem impactos ambientais e promovam o uso eficiente de recursos. Seguem os critérios e medidas mitigadoras:

**6.4.1.1.** Baixo Consumo de Energia e Recursos: Exigir que a agência de propaganda utilize tecnologias e práticas que reduzam o consumo de energia e outros recursos. Isso inclui o uso de equipamentos de baixo consumo energético e a preferência por ferramentas digitais em vez de materiais impressos, sempre que possível.

**6.4.1.2.** Logística Reversa e Reciclagem: Implementar políticas de logística reversa para todos os materiais promocionais produzidos, garantindo que eles sejam reciclados ou descartados de maneira ambientalmente correta ao final de sua vida útil. Isso inclui materiais de campanha, banners, folhetos e qualquer outro material físico utilizado.

**6.4.1.3.** Uso de Materiais Sustentáveis: Priorizar o uso de materiais reciclados ou certificados por organizações de gestão ambiental para a produção de materiais promocionais. Isso reduz a demanda por recursos naturais virgens e apoia a economia circular.

**6.4.1.4.** Certificações Ambientais: Incentivar ou exigir que a agência de propaganda

possua certificações ambientais que comprovem suas práticas sustentáveis, como ISO 14001 ou similares.

**6.4.1.5.** Estratégias de Marketing Digital Sustentável: Promover estratégias de marketing que priorizem o digital, reduzindo a necessidade de materiais impressos e o impacto associado à sua produção e descarte.

**6.4.1.6.** Educação e Conscientização Ambiental: Incluir cláusulas no contrato que obriguem a agência a promover e participar de programas de educação e conscientização ambiental, tanto internamente quanto nas campanhas desenvolvidas para a FEMA.

**6.4.1.7.** Monitoramento e Relatórios de Sustentabilidade: Exigir relatórios periódicos sobre as práticas de sustentabilidade adotadas pela agência, avaliando o cumprimento dos critérios estabelecidos e a eficácia das medidas implementadas.

**6.4.2.** Esses critérios e medidas estão alinhados com o Art. 11 da Lei 14.133/21, que incentiva a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações públicas, e com o Art. 144, que estabelece a possibilidade de inclusão de critérios de sustentabilidade nas contratações públicas.

## **6.5. Transição Contratual:**

**6.5.1.** A transição contratual para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) deve ser estruturada para garantir uma execução eficaz e alinhada com os objetivos estratégicos da instituição. A duração inicial do contrato é de 12 meses, com possibilidade de prorrogação. As prorrogações devem ser justificadas e alinhadas com as necessidades contínuas de publicidade e comunicação da FEMA, conforme estabelecido pela Lei 14.133/21.

### **6.5.2. Objetivos da Transição Contratual:**

**6.5.2.1.** Assegurar que a agência contratada esteja plenamente integrada com os objetivos e a cultura da FEMA, promovendo uma comunicação eficaz que atenda às demandas de publicidade e divulgação institucional.

**6.5.2.2.** Estabelecer mecanismos de acompanhamento e avaliação do desempenho da agência, garantindo que os serviços prestados estejam em conformidade com o

contrato e com os padrões de qualidade esperados.

#### **6.6. Processo de Transição:**

**6.6.1. Preparação e Planejamento:** Deve incluir reuniões iniciais para alinhamento de expectativas, definição de metas e cronogramas, e detalhamento das atividades a serem executadas.

**6.6.2. Implementação:** Fase de execução dos serviços, onde a agência deve operar em conformidade com os termos contratuais, mantendo uma comunicação constante com a FEMA para ajustes e feedbacks.

**6.6.3. Avaliação:** Monitoramento contínuo e avaliações periódicas do desempenho da agência, com base em indicadores previamente definidos.

#### **6.7. Áreas e Atividades abrangidas:**

**6.7.1. Criação e veiculação de campanhas publicitárias institucionais.**

**6.7.2. Divulgação de eventos e programas acadêmicos.**

**6.7.3. Promoção de iniciativas de captação de alunos e engajamento da comunidade acadêmica.**

#### **6.8. Prazos para a Transição:**

**6.8.1. A transição deve ser completada dentro dos primeiros 30 dias do contrato, com revisões periódicas a cada trimestre para ajustes necessários.**

#### **6.9. Riscos da Transição:**

**6.9.1. Incompatibilidade de visões entre a FEMA e a agência que pode afetar a qualidade e eficácia das campanhas publicitárias.**

**6.9.2. Atrasos na execução das campanhas que podem impactar eventos e datas importantes para a instituição.**

**6.9.3. Falha na comunicação entre as partes que pode resultar em mal-entendidos e execução inadequada das estratégias de publicidade.**

**6.9.4. A transição deve ser gerenciada de forma a minimizar esses riscos, com cláusulas contratuais claras e mecanismos de resolução de conflitos estabelecidos.**

#### **6.10. Relevância dos requisitos estipulados:**

**6.10.1. A contratação de serviços de publicidade pela Fundação Educacional do**

Município de Assis (FEMA) é justificada pela necessidade de uma comunicação eficaz e eficiente, que exige alto grau de técnica e expertise intelectual, especialmente em criações artísticas. A modalidade de licitação técnica e preço, conforme o Art. 28, II da Lei 14.133/2021, é a mais adequada para este tipo de serviço, pois permite avaliar tanto o custo quanto a qualidade técnica das propostas, garantindo que a agência selecionada ofereça o melhor equilíbrio entre custo e qualidade técnica.

**6.10.2.** A avaliação da proposta técnica é crucial para assegurar que a agência de propaganda escolhida possua a capacidade de atender às necessidades específicas de comunicação da FEMA, conforme estipulado na Lei 14.133/2021. Isso é essencial para garantir que os objetivos de comunicação da FEMA sejam alcançados de maneira eficaz, refletindo diretamente nos princípios de eficiência e efetividade.

**6.10.3.** A aplicação da Lei 14.133/2021, complementada pela Lei nº 12.232/2010 conforme o Art. 186, assegura que o processo de contratação seja conduzido de maneira legal e transparente, respeitando os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e isonomia. Essa abordagem não apenas cumpre com as exigências legais, mas também promove a confiança pública no processo de contratação, garantindo que ele seja justo e competitivo.

**6.10.4.** Portanto, a contratação de uma agência de propaganda sob esses requisitos e modalidade de licitação não apenas atende às necessidades específicas da FEMA, mas também assegura aderência aos princípios fundamentais da administração pública, promovendo uma gestão eficiente e transparente dos recursos públicos.

## **7. LEVANTAMENTO DE MERCADO**

**7.1.** Foram analisadas alternativas como freelancers e pequenas agências, mas a contratação de uma agência especializada mostrou-se mais vantajosa pela capacidade de atender às demandas da FEMA com maior alcance e qualidade.

## **8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO**

**8.1.** Contratação de agência de publicidade especializada para atender às

necessidades de comunicação da FEMA.

**8.2.** A solução inclui:

**8.2.1.** Planejamento de mídia.

**8.2.2.** Criação e veiculação de campanhas publicitárias.

**8.2.3.** Integração com a agência de publicidade pedagógica da FEMA.

**8.3.** A contratação de uma agência especializada é essencial para manter a visibilidade da instituição, aumentar a captação de alunos e fortalecer sua marca institucional.

**8.4.** A solução proposta inclui a licitação na modalidade Concorrência com critério de julgamento do tipo técnica e preço, adequada para serviços que envolvem predominância de fatores técnicos ou de natureza intelectual. A avaliação da proposta técnica será crucial para garantir a qualidade e eficácia da agência selecionada. A Lei 14.133/2021, em seu Art. 186, estabelece que suas disposições se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade pela administração pública.

**8.5.** A agência de publicidade, além de prestar serviços de maneira direta, será responsável pelo assessoramento e intermediação com fornecedores de produção e veículos de comunicação. Ela será a solução para as demandas da FEMA no desenvolvimento, acompanhamento, supervisão e intermediação de matérias de comunicação e marketing.

**8.6.** A comparação com as soluções disponíveis no mercado demonstra que a contratação de uma agência especializada é mais vantajosa do que alternativas como freelancers ou pequenas agências, devido à capacidade de alcance e qualidade superior que uma agência especializada pode oferecer. A escolha pela modalidade de licitação do tipo técnica e preço, conforme a Lei 14.133/2021, garante um processo de seleção que valoriza tanto a qualidade técnica quanto o custo, resultando em uma solução eficaz e econômica para a FEMA.

**8.7.** Portanto, a solução de contratar uma agência de propaganda especializada, utilizando a modalidade de licitação técnica e preço, é a mais adequada para atender

às necessidades de comunicação da FEMA, garantindo a transparência e eficiência do processo conforme os princípios estabelecidos pela Lei 14.133/2021.

**8.8.** A solução compreende as seguintes atividades: programação, criação, previsão de produção e veiculação de anúncios, conforme quadro demonstrativo abaixo:

<b>MÍDIA</b>
<b>TELEVISÃO:</b>
TV Aberta
<b>MÍDIAS DIGITAIS</b>
Redes Sociais, Portais, Blogs, Buscas, Landing Pages
<b>MOBILE MARKETING</b>
Envio de mensagens instantâneas, SMS, Whatsapp
<b>MÍDIAS OU OF HOME</b>
Outdoors, Painéis Digitais, Painéis de rodovia
<b>RÁDIOS</b>
Ao Vivo e Online
<b>JORNAIS</b>
Impresso e eletrônico
<b>CRIAÇÃO/LAYOUT E ARTE FINAL</b>
Comercial para TV 30", 4 roteiros
Campanhas de mídia digital, 8 criações
Outdoor, 10 criações
Spot para Rádio, 5 criações
Anúncio Jornal, 4 criações
Faixa de rua, 2 criações
Flyers, 4 criações
Folder, 2 criações
<b>PESQUISA</b>
Pesquisa de hábitos de consumo de mídia e audiência (uma unidade)
<b>PRODUÇÃO GRÁFICA</b>
Faixa, flyers, folders

<b>PRODUÇÃO RTVC</b>
----------------------

Spot, comercial TV
--------------------

## 9. ESTIMATIVA DA QUANTIDADE DO SERVIÇO

**9.1.** O tempo de contratação é de 12 meses podendo ser renovado por sucessivos períodos nos termos da lei, os quantitativos de despesas foram estimados considerando a demanda realizadas durante a vigência do contrato nº 031/2019 com a previsão de aumento para o período de 1 (um) ano para a nova contratação.

**9.2.** O valor estimado é de R\$ 1.500.000,00 para 12 meses, calculado com base no volume e diversidade das campanhas previstas e custos históricos de contratos similares na FEMA.

**9.3.** Esse montante foi calculado de forma criteriosa para assegurar que a FEMA tenha condições de executar suas campanhas publicitárias de maneira eficiente, garantindo visibilidade, captação de alunos e fortalecimento da marca institucional.

## 10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

**10.1.** Estima-se o valor de aproximadamente R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) anuais para criação, produção e veiculação de anúncios. Esta estimativa alinha-se a necessidade de atender de forma ampla e diversificada as demandas da FEMA, com ações estratégicas de comunicação que abrangem campanhas institucionais, divulgação de eventos acadêmicos e científicos, promoção de cursos, programas de bolsas de estudo, extensão universitária e ações sociais.

**10.2.** Esse valor reflete a amplitude e complexidade das campanhas publicitárias, que exigem uma presença constante em diversos meios de comunicação, incluindo mídia impressa, digital, televisiva e radiofônica, além de redes sociais. A necessidade de produção de conteúdo personalizados, juntamente com os custos elevados de veiculação, impacta diretamente o orçamento previsto. Além disso, as despesas associadas ao planejamento, criação e execução das campanhas demandam um alto nível de especialização, o que reforça a adequação do valor estimado.

**10.3.** O valor estimado também está em conformidade com o histórico de despesas da FEMA com publicidade em anos anteriores, onde foram utilizados R\$ 1.000.000,00 no período de 2021/2022 (segundo e terceiro termos aditivos), R\$ 604.243,25 no período de 2022/2023 (quarto, quinto e sexto termos aditivos) e R\$ 850.000,00 no período de 2023/2024 (sétimo termo aditivo). Esse histórico demonstra a necessidade crescente de recursos para atender às demandas institucionais.

**10.4.** A estimativa de R\$ 1.500.000,00 para a atual contratação foi estabelecida com base nas diretrizes fornecidas pela Direção Executiva da FEMA. O montante foi definido considerando as projeções de crescimento da instituição e a demanda por ações publicitárias mais robustas, dentro dos limites legais estabelecidos, em especial os parâmetros da Lei 12.232/2010, que rege a contratação de serviços de publicidade na administração pública.

**10.5.** Dessa forma, o valor de R\$ 1.500.000,00 para os serviços de publicidade e propaganda está devidamente justificado, sendo compatível com o histórico de contratações anteriores, a ampliação das atividades institucionais e o planejamento orçamentário da FEMA, visando garantir a execução de ações publicitárias de forma eficiente e conforme os princípios que regem a administração pública, notadamente os da economicidade e eficiência.

**10.6. Justificativa da estimativa de preços própria:**

**10.6.1.** A estimativa de preço para a contratação de agência de publicidade, no valor de R\$ 1.500.000,00, foi calculada com base em critérios técnicos e objetivos, de acordo com as necessidades da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) para o período de 12 meses. A metodologia utilizada seguiu parâmetros normativos e considerações de mercado, com foco na Lei 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos.

**10.6.2.** A quantificação do objeto contratual teve como fundamento o volume e a diversidade das ações publicitárias que deverão ser realizadas ao longo do período contratual. A FEMA necessita de uma ampla cobertura de comunicação para assegurar sua visibilidade e captação de alunos, bem como para a promoção das suas

atividades educacionais, de pesquisa e de extensão. Nesse sentido, o valor foi definido levando-se em consideração:

**a. Volume de ações:** Estima-se a necessidade de produção contínua de peças publicitárias em variados formatos (audiovisuais, impressos e digitais), com ampla difusão em diferentes meios de comunicação, como TV, rádio, internet, redes sociais e mídia impressa.

**b. Diversidade de campanhas:** As campanhas devem englobar atividades diversas da FEMA, incluindo divulgação dos cursos de graduação e pós-graduação, eventos institucionais, programas de pesquisa e extensão, além de atividades voltadas ao público externo.

**c. Aumento da demanda:** O cenário atual da FEMA prevê um incremento nas ações de captação e retenção de alunos, exigindo maior frequência e qualidade nas campanhas de marketing.

## 11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

**11.1.** Os pagamentos serão realizados em parcelas mensais, até 15 dias úteis após o recebimento e aprovação da nota fiscal e relatórios de atividades.

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

**12.1.** Não haverá parcelamento da solução tendo em vista que a contratação será realizada com um único fornecedor.

## 13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

**13.1.** Após análise do documento enviado e das disposições da Lei nº 14.133/21, não foram identificadas contratações correlatas ou interdependentes em andamento que possam interferir ou merecer maiores cuidados no planejamento da futura contratação.

**13.2.** O planejamento da contratação deve observar o cronograma de execução dos

serviços, conforme disposto no art. 115, §1º, da Lei nº 14.133/21, que proíbe a Administração de retardar imotivadamente a execução de obra ou serviço, ou de suas parcelas, inclusive na hipótese de posse do respectivo chefe do Poder Executivo ou de novo titular no órgão ou entidade contratante.

## **14. RESULTADOS ESPERADOS**

**14.1.** A contratação de uma agência especializada é essencial para manter a visibilidade da instituição, aumentar a captação de alunos e fortalecer sua marca institucional. Neste sentido a FEMA espera obter os seguintes resultados:

**14.1.1. Alinhamento Estratégico:** A agência contratada deverá demonstrar um entendimento profundo da missão, visão e valores da FEMA, garantindo que todas as campanhas publicitárias reflitam a identidade institucional e as metas educacionais.

**14.1.2. Desenvolvimento de Campanhas Eficazes:** Espera-se que a agência desenvolva campanhas criativas e impactantes que atinjam o público-alvo, promovendo os projetos educacionais e eventos da FEMA. Isso inclui a elaboração de peças publicitárias que engajem e informem a comunidade sobre as iniciativas da instituição.

**14.1.3. Aumento da Visibilidade:** Um dos principais resultados esperados é o aumento da visibilidade da FEMA, tanto em meios digitais quanto tradicionais. A agência deve implementar estratégias que ampliem a presença da Fundação nas redes sociais, em veículos de comunicação e em eventos comunitários.

**14.1.4. Mensuração de Resultados:** É essencial que a agência desenvolva métricas claras para avaliar o desempenho das campanhas. A análise de dados, como alcance, engajamento e retorno sobre investimento (ROI), permitirá ajustes contínuos nas estratégias.

**14.1.5. Conformidade Legal:** A contratação deve seguir rigorosamente a Lei 12.232/2010, garantindo que todos os processos de criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários estejam em conformidade com as normas legais vigentes. Isso inclui a transparência nos gastos e a prestação de contas.

**14.1.6. Atendimento Personalizado:** A agência deve oferecer um atendimento próximo e personalizado, adaptando-se às demandas específicas da FEMA e proporcionando consultoria constante sobre tendências de comunicação e marketing.

**14.1.7. Fortalecimento da Marca:** Um resultado de longo prazo esperado é o fortalecimento da marca da FEMA, construindo uma imagem positiva e consolidando a confiança da comunidade e dos stakeholders na qualidade e relevância das suas ações educacionais.

**14.1.8. Inovação e Criatividade:** A expectativa é que a agência traga inovação e criatividade para os projetos, utilizando novas tecnologias e formatos que se conectem melhor com o público, especialmente os jovens e as famílias.

**14.2.** Em resumo, a contratação de uma agência de publicidade deve trazer benefícios significativos para a Fundação, ajudando-a a se comunicar de maneira mais eficiente e a engajar a comunidade de forma efetiva, sempre dentro dos parâmetros legais e com foco em resultados mensuráveis.

## **15. PRAZO DE VIGÊNCIA CONTRATUAL**

**15.1.** O prazo de vigência contratual será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado na forma e condições estabelecidas na Lei nº 14.133/2024.

**15.1.1.** Caso o contrato venha a ser prorrogado os valores poderão ser corrigidos pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA.

## **16. DO LOCAL E DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

**16.1.** A sede da agência é um local adequado para a execução dos serviços de publicidade, desde que a contratada mantenha uma comunicação eficaz com a FEMA e esteja disponível para reuniões e visitas presenciais, se necessário. A flexibilidade no horário de execução dos serviços também será essencial, visando atender as demandas da FEMA de maneira eficiente e tempestiva.

## **17. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**

**17.1.** Os serviços serão avaliados com base na qualidade técnica das soluções propostas, no cumprimento dos prazos estabelecidos e na conformidade com as especificações, execuções de campanhas eficazes, inovadoras e de acordo com os valores institucionais da Fundação.

## **18. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

**18.1.** Será designado um gestor do contrato para o acompanhamento da execução e emissão de relatórios trimestrais de desempenho da agência.

**18.2.** A fiscalização do contrato seguirá os padrões estabelecidos no artigo 117 da Lei nº 14.133/2021, garantindo o cumprimento de todas as especificações técnicas e normas regulatórias aplicáveis

## **19. ANÁLISE DE RISCO**

**19.1.** Não foram identificados riscos substanciais fora os comuns a toda contratação semelhante, tais como: a inexecução total ou parcial do ajuste pactuado; o não cumprimento de obrigações, especificações e prazos; bem como a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, bem como, Incompatibilidade de visões entre a FEMA e a agência falhas de comunicação.

**19.2.** Entende - se que as ações, de iniciativa da Administração, necessárias para reduzir a ocorrência dos riscos identificados, já estão previstas nos normativos aos quais à contratação do presente serviço deverá estar devidamente fundamentada, representadas pelas sanções administrativas a serem definidas, observando- se os aspectos e características do seu objeto, além das medidas mitigadoras como cláusulas contratuais claras, feedbacks constantes e plano de contingência.

## **20. NECESSIDADES DE ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE**

**20.1.** Sem alterações necessárias para esta contratação, os serviços serão prestados na sede da agência, com disponibilidade para reuniões e visitas presenciais na FEMA

para manter uma comunicação eficaz.

## **21. VIABILIDADE OU NÃO DA CONTRATAÇÃO**

**21.1.** A contratação é tecnicamente viável, estratégica e aderente à legislação vigente, promovendo os princípios da administração pública e atendendo às demandas institucionais da FEMA.

Diante do exposto, declara-se ser viável a contratação pretendida.

Assis, 28 de janeiro de 2025

Hilário Vetore Neto  
Diretor Executivo

Eduardo Aparecido de Souza  
Chefe de Seção

Juliana S. De Nigris  
Chefe de Seção

Isadora Pelizone de Lima Cintra  
Assistente Administrativo

## TERMO DE REFERÊNCIA

### 1. DO OBJETO

**1.1.** A presente licitação tem como objetivo a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS, PLANEJAMENTO DE MÍDIA E INTEGRAÇÃO COM A AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PEDAGÓGICA DA FEMA, VISANDO O FORTALECIMENTO DA IMAGEM INSTITUCIONAL, AUMENTO DE VISIBILIDADE E CAPTAÇÃO DE ALUNOS.

**1.2.** A agência contratada será responsável por desenvolver, acompanhar e supervisionar matérias de comunicação e marketing, incluindo a intermediação com fornecedores de produção e veículos de comunicação.

**1.3.** A contratação envolve a criação, produção e veiculação de anúncios em diversas mídias, incluindo televisão, mídias digitais, marketing móvel e mídias externas, com valores estimados distribuídos conforme detalhado no ETP. A agência também deverá oferecer soluções que atendam às necessidades de comunicação da FEMA, garantindo inovação, criatividade e atendimento personalizado, além de fortalecer a marca da instituição.

**1.4.** Dada a natureza dos serviços, que envolvem fatores de técnica predominante e de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística como a publicidade, a modalidade de licitação mais adequada é a Concorrência, conforme a Lei nº 14.133/2021. Esta modalidade é indicada para contratações que exigem soluções técnicas mais sofisticadas ou inovadoras, onde o critério de julgamento será do tipo técnica e preço.

**1.5.** A escolha da agência de propaganda será baseada na capacidade técnica e na proposta de preço, garantindo a seleção da agência que melhor atenda às necessidades de comunicação da FEMA. A ponderação entre técnica e preço será definida no instrumento convocatório, permitindo uma avaliação equilibrada entre a qualidade técnica e o custo dos serviços.

**1.5.1.** A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesito constante no Edital utilizando para a elaboração o briefing constante no anexo deste termo.

**1.5.2.** A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo II, informando o percentual de desconto sobre os honorários incidentes (sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referente à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária e o desconto a ser concedido nos custos internos da agência, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda o Estado de São Paulo, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65).

## **2. DAS JUSTIFICATIVAS**

**2.1.** As justificativas encontram-se pormenorizada no Documento de Formalização de Demanda e no Estudo Técnico Preliminar.

**2.2.** Em resumo, a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é essencial para atender às necessidades de comunicação e divulgação da instituição, conforme estabelecido na Lei nº 12.232/2010. A FEMA, como uma instituição de ensino e centro de desenvolvimento tecnológico e social, necessita de uma comunicação eficiente para divulgar seus programas, projetos, eventos e iniciativas, visando alcançar seus públicos-alvo de forma eficaz.

**2.3.** A justificativa para a contratação baseia-se na necessidade de serviços especializados que envolvem criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários, que demandam profissionais capacitados e uma rede de contatos com veículos de mídia para uma ampla e eficaz divulgação. A contratação direta desses serviços seria inviável, pois a FEMA não dispõe de estrutura interna para realizar tais atividades com o mesmo nível de qualidade e alcance que uma agência especializada pode oferecer, a comunicação e o engajamento maior com a comunidade acadêmica

e a sociedade. Indiretamente, a contratação contribuirá para o cumprimento da missão institucional da FEMA, consolidando-a como referência em educação e contribuindo para o desenvolvimento social, científico e cultural.

**2.4.** A escolha pela modalidade de Concorrência, conforme a Lei nº 14.133/2021, é justificada pela natureza dos serviços que envolvem fatores de técnica predominante e de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística como a publicidade. Esta modalidade é indicada para contratações que exigem soluções técnicas mais sofisticadas ou inovadoras, onde o critério de julgamento será do tipo técnica e preço, garantindo a seleção da agência que melhor atenda às necessidades de comunicação da FEMA.

**2.5.** A ponderação entre técnica e preço deve ser definida no instrumento convocatório, permitindo uma avaliação equilibrada entre a qualidade técnica e o custo dos serviços, assegurando que os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e isonomia sejam observados, conforme estabelecido pela Lei 14.133/2021.

**2.6. Da modalidade escolhida:**

**2.6.1.** Para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), com o objetivo de prestação de serviços de publicidade, a modalidade de licitação mais adequada, nos termos da Lei nº 14.133/2021, é a Concorrência Pública, na forma Presencial, utilizando o critério de julgamento Técnica e Preço, conforme disposto no artigo 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021, e artigo 5º da Lei nº 12.232/2010.

**2.6.2.** A escolha dessa modalidade encontra respaldo no artigo 28, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, que prevê o uso da concorrência para contratações que envolvam serviços de natureza intelectual, particularmente aqueles de natureza técnica e artística, como é o caso dos serviços de publicidade.

**2.6.3.** O critério de julgamento adotado, Técnica e Preço, também está devidamente fundamentado no artigo 5º da Lei nº 12.232/2010, que exige esse tipo de julgamento para licitações de serviços de publicidade, vedando a utilização do critério

exclusivamente de menor preço.

## **2.7. Da licitação na forma presencial:**

**2.7.1.** A FEMA optou pela licitação presencial para garantir a lisura, segurança e transparência do processo, atendendo às diretrizes estabelecidas tanto pela Lei nº 14.133/2021 quanto pela Lei nº 12.232/2010, que regulamenta especificamente os serviços de publicidade.

**2.7.2.** O formato presencial oferece um nível elevado de segurança na condução do certame, especialmente no que diz respeito à confidencialidade das propostas, uma vez que o acompanhamento direto dos licitantes e da comissão de licitação diminui o risco de vazamento de informações ou de fraudes. A interação em tempo real, com a presença física dos participantes, assegura um ambiente controlado, dificultando a ocorrência de manipulações indevidas no processo.

**2.7.3.** O artigo 5º da Lei nº 12.232/2010 exige que, em licitações para serviços de publicidade, os critérios de julgamento sejam, necessariamente, melhor técnica ou técnica e preço, o que foi observado pela FEMA ao optar por esta última modalidade, garantindo a observância plena da legislação aplicável.

**2.7.4.** A realização do processo licitatório em formato presencial é plenamente possível e recomendada para preservar a integridade do certame. Esse formato assegura não apenas a inviolabilidade das informações, mas também a análise mais precisa e rigorosa das propostas apresentadas, uma vez que permite a verificação e interação direta com os licitantes, conferindo maior transparência ao processo.

**2.7.5.** Ademais, a licitação presencial contará com o registro em áudio e vídeo, prática exigida pela legislação vigente, o que acrescenta um nível adicional de transparência e controle ao certame. Esse registro proporciona um histórico detalhado do procedimento, assegurando a confiança de todos os envolvidos e criando um mecanismo de auditoria eficiente.

**2.7.6.** Por todas essas razões, a Concorrência Pública na forma presencial é justificada como a modalidade mais apropriada para a contratação dos serviços de publicidade, assegurando o cumprimento dos princípios constitucionais da legalidade,

impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, que regem as contratações públicas no Brasil.

### 3. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

**3.1.** O preço estimado para o investimento em publicidade e propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) para o período de 12 (doze) meses. Este valor foi calculado com base em critérios técnicos e objetivos, alinhados às necessidades institucionais e fundamentados em estudos de mercado, histórico de despesas, planejamento estratégico e parâmetros normativos, atendendo ao disposto na Lei nº 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos, e à Lei nº 14.133/2021, que rege as licitações e contratos administrativos.

**3.2.** A estimativa contempla a utilização de recursos nas seguintes mídias e serviços:

<b>MÍDIA</b>
<b>TELEVISÃO</b>
TV Aberta
<b>MÍDIAS DIGITAIS</b>
Redes Sociais, Portais, Blogs, Buscas, Landing Pages
<b>MOBILE MARKETING</b>
Envio de mensagens instantâneas, SMS, Whatsapp
<b>MÍDIAS OU OF HOME</b>
Outdoors, Painéis Digitais, Painéis de rodovia
<b>RÁDIOS</b>
Ao Vivo e Online
<b>JORNAIS</b>
Impresso e eletrônico
<b>CRIAÇÃO/LAYOUT E ARTE FINAL</b>
Comercial para TV 30", 4 roteiros

Campanhas de mídia digital, 8 criações
Outdoor, 10 criações
Spot para Rádio, 5 criações
Anúncio Jornal, 4 criações
Faixa de rua, 2 criações
Flyers, 4 criações
Folder, 2 criações
<b>PESQUISA</b>
Pesquisa de hábitos de consumo de mídia e audiência (uma unidade)
<b>PRODUÇÃO GRÁFICA</b>
Faixa, flyers, folders
<b>PRODUÇÃO RTVC</b>
Spot, comercial TV

**3.3.** O preço estimado para o período de 12 (doze) meses foi elaborado a partir de uma análise detalhada de custos, considerando a necessidade de assegurar a qualidade, eficiência e eficácia das campanhas publicitárias realizadas pela FEMA. Este valor está devidamente fundamentado em pesquisa de mercado, análise de cenários e nos objetivos institucionais, em conformidade com os princípios de eficiência, economicidade e planejamento previstos na Lei nº 14.133/2021.

**3.4.** As condições de pagamento deste contrato seguem as seguintes disposições:

**3.4.1.** O pagamento será realizado em parcelas mensais, mediante apresentação do relatório de atividades detalhado e da respectiva Nota Fiscal, observando o prazo de até 15 (quinze) dias úteis após o aceite definitivo pela unidade responsável, conforme estabelece o art. 145 da Lei nº 14.133/2021.

**3.4.2.** As demais condições de pagamento, incluindo critérios para medições estão detalhadas na Cláusula Sexta - Das Medições e Pagamentos do Termo de Contrato.

**3.5.** O contrato será monitorado e fiscalizado por um gestor designado, nos termos do art. 117 da Lei nº 14.133/2021, para garantir o cumprimento das condições estabelecidas e a boa execução do objeto contratado.

## **4. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**4.1.** Os recursos orçamentários para a execução dos serviços correrão pela conta a seguir identificada:

3.3.90.39.00 - Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica

3.3.90.39.88 – Serviços de Publicidade e Propaganda

Fichas das despesas 009 e 039

**4.2.** A declaração de disponibilidade orçamentária está assegurada pela compatibilidade com a Lei Orçamentária Anual (LOA) e a Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO), garantindo que os recursos necessários estão devidamente previstos e alocados.

## **5. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

**5.1.** A prestação de serviços reger-se-á pelo disposto no artigo 37, §1º, da Constituição da República Federativa, pelas disposições específicas contidas na Lei Federal nº 4.680, de 18/06/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690, de 01 de fevereiro de 1966 e Decreto Federal nº 4563, de 31 de dezembro de 2002, pelas Normas - Padrão para prestação de serviços de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, do Conselho Executivo das Normas- Padrão, mais conhecido por CENP, conforme as normas previstas no Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, e pelas disposições contidas no capítulo III da Lei nº 12.232/2010.

**5.2.** A Contratada será responsável pela criação, execução e veiculação das campanhas publicitárias, com base nas diretrizes estabelecidas pela Lei nº 12.232/2010, que regula a contratação de serviços de publicidade na Administração Pública.

**5.3.** A agência contratada deve ser capaz de fornecer um serviço integrado, que abranja desde a concepção estratégica das campanhas até a produção e entrega dos

materiais. Isso inclui:

**5.3.1. Planejamento de comunicação:** Definição dos objetivos e estratégias de comunicação institucional, com base nas metas e demandas da FEMA.

**5.3.2. Criação publicitária:** Desenvolvimento criativo das campanhas, incluindo peças para meios digitais, impressos e audiovisuais.

**5.3.3. Produção e veiculação:** Execução da produção das peças e gestão da mídia, garantindo o correto direcionamento das campanhas para os públicos-alvo.

**5.3.4. Mídia e resultados:** Compra de espaços publicitários e avaliação de resultados, com foco em eficiência e otimização do orçamento público.

**5.4.** A execução dos serviços deve ser estruturada em torno de um plano estratégico anual, alinhado com os objetivos de comunicação da FEMA. Esse plano deve contemplar:

**5.4.1. Campanhas institucionais:** Voltadas à promoção da imagem institucional da FEMA, reforçando sua missão e valores.

**5.4.2. Divulgação de cursos e eventos:** Promoção dos cursos oferecidos, além de eventos, palestras e iniciativas da instituição.

**5.4.3. Comunicação de utilidade pública:** Informações relevantes para a comunidade acadêmica e o público externo, como vestibulares, matrículas e atividades de extensão.

**5.5.** O contrato deve prever um modelo de demanda contínua ou sob demanda, para que a agência possa atender a FEMA de forma ágil e flexível ao longo do ano, conforme as necessidades forem surgindo. O contrato pode incluir:

**5.5.1. Múltiplas campanhas:** Com especificações de prazos, temas e objetivos claros.

**5.5.2. Orçamento pré-definido:** O contrato deve estabelecer um valor global para o período, garantindo o controle sobre os gastos públicos.

**5.5.3. Metas e indicadores:** Definir critérios para mensuração de resultados (KPIs), como impacto das campanhas, alcance e retorno sobre investimento (ROI).

**5.6. Monitoramento e Avaliação de Resultados**

**5.6.1.** É essencial implementar um sistema de \*\*monitoramento contínuo das campanhas e seus resultados. A agência deve fornecer relatórios periódicos sobre a execução dos serviços, contemplando:

**5.6.2. Desempenho da mídia:** Avaliação do retorno das campanhas em cada meio utilizado (TV, rádio, internet, etc.).

**5.6.3. Eficiência orçamentária:** Controle sobre o uso do orçamento previsto.

Impacto das campanhas: Indicadores de alcance e engajamento, com feedback da comunidade acadêmica e externa.

## **5.7. Consideração da Modalidade Presencial**

**5.7.1.** A FEMA pode optar por realizar a licitação na modalidade presencial, conforme já justificou, para garantir a segurança, sigilo e lisura do processo. A presença física dos licitantes pode conferir maior transparência e segurança ao processo, especialmente em serviços sensíveis como publicidade.

**5.8.** O modelo ideal para a execução dos serviços de publicidade e propaganda para a FEMA envolve a contratação de uma agência full-service por meio de Concorrência Pública, com julgamento por Técnica e Preço, conforme a Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 14.133/2021. A execução deve ser orientada por um planejamento estratégico anual, com foco em campanhas institucionais e promoção dos cursos e atividades da instituição, acompanhado por um sistema robusto de monitoramento e avaliação de resultados.

## **6. REMUNERAÇÃO**

**6.1.** A remuneração que faz jus a CONTRATADA, encontra-se estabelecido na Cláusula Terceira do Minuta de Contrato (Anexo IX), consoante os preços estabelecidos na Proposta.

## **7. DESCONTO DE AGÊNCIA**

**7.1.** O desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 encontra-se

estabelecido na Cláusula Quarta da Minuta de Contrato (Anexo IX).

## **8. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

**8.1.** As obrigações da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) no contrato de aquisição de serviços de publicidade e propaganda, conforme a Lei nº 14.133/2021, devem ser detalhadamente estabelecidas para garantir a execução eficiente e eficaz dos serviços contratados. Seguem as principais obrigações da contratante:

**8.1.1.** Fornecimento de Informações e Materiais: A FEMA deve fornecer todas as informações, dados e materiais necessários para que a agência contratada possa desenvolver as campanhas de publicidade e propaganda de forma adequada e alinhada aos objetivos da instituição.

**8.1.2.** Pagamento: Assegurar o pagamento pontual dos serviços prestados pela agência, conforme os valores e prazos estipulados no contrato. O pagamento deve ser realizado após a entrega e aprovação dos serviços, respeitando as condições acordadas.

**8.1.3.** Acompanhamento e Fiscalização: A FEMA deve designar um representante para acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços, garantindo que todas as atividades sejam realizadas conforme o estipulado no contrato e no Estudo Técnico Preliminar (ETP). Este representante será responsável por aprovar os trabalhos entregues e por comunicar à agência qualquer ajuste necessário.

**8.1.4.** Avaliação de Desempenho: Implementar um sistema de avaliação de desempenho baseado em indicadores previamente definidos, que permitirá medir a eficácia das campanhas e a qualidade dos serviços prestados pela agência.

**8.1.5.** Garantia de Condições de Trabalho: Assegurar que a agência tenha acesso a todas as condições necessárias para a execução dos serviços, incluindo espaços para reuniões, acesso a sistemas de informação da FEMA e outros recursos que possam ser necessários.

**8.1.6.** Confidencialidade e Proteção de Dados: Proteger todas as informações

confidenciais recebidas da agência e garantir que o uso de tais informações esteja em conformidade com a legislação vigente sobre proteção de dados.

**8.1.7. Resolução de Conflitos:** Estabelecer mecanismos para a resolução de conflitos que possam surgir durante a execução do contrato, de forma a garantir a continuidade e a qualidade dos serviços prestados.

**8.1.8. Cumprimento de Normas e Legislações:** Garantir que todas as atividades de publicidade e propaganda estejam em conformidade com as normas legais e éticas aplicáveis, incluindo as regulamentações específicas sobre publicidade governamental.

## **9. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**9.1.** As obrigações da contratada, no contexto da aquisição de serviços de publicidade e propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), devem ser detalhadamente estabelecidas para assegurar a execução eficaz e eficiente dos serviços contratados. Com base na Lei nº 14.133/2021, as seguintes obrigações devem ser cumpridas pela agência contratada:

**9.1.1. Desenvolvimento de Materiais de Comunicação e Marketing:** A agência deve criar e desenvolver materiais de comunicação e marketing que sejam inovadores e criativos, atendendo às necessidades específicas da FEMA. Isso inclui a criação de anúncios, campanhas publicitárias, conteúdo digital e outros materiais promocionais.

**9.1.2. Supervisão e Acompanhamento:** A contratada deve supervisionar e acompanhar todas as etapas de produção e veiculação dos materiais de comunicação, garantindo que todos os conteúdos estejam alinhados com a identidade visual da FEMA e com os objetivos estratégicos da instituição.

**9.1.3. Intermediação com Fornecedores e Veículos de Comunicação:** A agência será responsável pela intermediação com fornecedores de produção e veículos de comunicação, assegurando a melhor negociação de preços e a adequada distribuição dos materiais publicitários nas diversas mídias selecionadas.

**9.1.4. Relatórios e Controles:** Deverá haver um sistema de relatórios periódicos e

controles efetivos, onde a agência contratada deverá fornecer à FEMA informações detalhadas sobre o andamento das campanhas, incluindo análises de desempenho, alcance e engajamento do público-alvo.

**9.1.5. Cumprimento de Prazos e Orçamentos:** A contratada deve cumprir rigorosamente os prazos e os orçamentos estabelecidos no contrato, evitando atrasos na entrega dos serviços e possíveis extrapolações dos custos previstos.

**9.1.6. Atendimento Personalizado:** Deve ser garantido um atendimento personalizado à FEMA, com disponibilidade para reuniões de planejamento, ajustes de estratégias e solução de possíveis problemas que possam surgir durante a vigência do contrato.

**9.1.7. Fortalecimento da Marca:** A agência deve trabalhar com o objetivo de fortalecer a marca da FEMA, melhorando sua visibilidade e reputação no mercado, através de estratégias de comunicação eficazes e adaptadas ao público-alvo da instituição.

**9.1.8. Inovação e Adaptação Tecnológica:** A contratada deve estar atenta às inovações tecnológicas e às novas tendências de mercado, adaptando suas estratégias e ferramentas para oferecer soluções atualizadas e eficientes em publicidade e propaganda.

## **10. RECEBIMENTO PROVISÓRIO E DEFINITIVO**

**10.1.** Para o recebimento provisório e definitivo deverão ser observadas as regras dispostas no artigo 140 da Lei Federal nº 14.133/ 2021.

## **11. SUBCONTRATAÇÃO**

**11.1.** A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

## **12. ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO**

**12.1.** A FEMA nomeará um fiscal para o contrato.

**12.2.** A fiscalização por parte da FEMA não eximirá ou reduzirá, em nenhuma hipótese, a responsabilidade da CONTRATADA em eventual falta que venha a

cometer, mesmo que não indicada pela fiscalização do CONTRATANTE.

### **13. ALTERAÇÃO SUBJETIVA**

**13.1.** É admissível a continuidade do Contrato administrativo quando houver fusão, cisão ou incorporação do Contratado com outra pessoa jurídica, desde que:

**13.1.1.** Sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original;

**13.1.2.** Sejam mantidas as demais cláusulas e condições do Contrato; e

**13.1.3.** Não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja anuência expressa da Administração à continuidade do Contrato.

**13.2.** A alteração subjetiva a que se refere o item 13.1 deverá ser formalizada por meio de termo aditivo ao contrato.

### **14. DAS SANÇÕES PARA O CASO DE INADIMPLEMENTO**

**14.1.** As sanções aplicáveis estarão de acordo com o estabelecido no Edital, Ata de Registro de Preços e nos artigos de 155 a 163 da legislação vigente, assegurando o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

### **15. DA RESCISÃO CONTRATUAL**

**15.1.** A rescisão contratual seguirá os termos dos artigos 137 a 139 da Lei nº 14.133/2021, permitindo a dissolução do contrato em casos de descumprimento ou outras circunstâncias legais previstas na legislação aplicável.

### **16. PRAZO DE VIGÊNCIA**

**16.1.** O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data da sua assinatura;

**16.1.1.** O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 124 da Lei Nº 14.133/2021.

**16.1.2.** Caso o contrato venha a ser prorrogado os preços poderão ser reajustados pelo IPC-A / IBGE.

## **17. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**17.1.** Todas as condições deste edital serão processadas em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais números 4.680/1965 e 14.133/2021.

**17.2.** Os casos omissos serão resolvidos pela Autoridade Competente.

**17.3.** Dos atos praticados e das sessões públicas realizadas, a Administração procederá ao efetivo registro em Ata Circunstanciada, na qual estarão registrados todos os autos do procedimento e as ocorrências relevantes, que estarão disponíveis para consulta.

**17.4.** Este termo de referência foi elaborado a partir das informações apresentadas no Documento de Formalização de Demanda e Estudo Técnico Preliminar.

Assis, 28 de janeiro de 2025

Hilário Vetore Neto  
Diretor Executivo

Eduardo Aparecido de Souza  
Chefe de Seção

Juliana S. DE Nigris  
Chefe de Seção

Isadora Pelizone de Lima Cintra  
Assistente Administrativo



## VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: BE55-AC6C-100B-027B

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ EDUARDO APARECIDO DE SOUZA (CPF 138.XXX.XXX-37) em 28/01/2025 09:03:22 (GMT-03:00)  
Papel: Parte  
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)
  
- ✓ JULIANA DE NIGRIS (CPF 384.XXX.XXX-04) em 28/01/2025 09:43:09 (GMT-03:00)  
Papel: Parte  
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)
  
- ✓ HILÁRIO VETORE NETO (CPF 297.XXX.XXX-22) em 28/01/2025 13:58:46 (GMT-03:00)  
Papel: Parte  
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://fema.1doc.com.br/verificacao/BE55-AC6C-100B-027B>