



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Órgão: PREFEITURA MUNICIPAL DE APIACÁS.

Setor requisitante: Secretaria Municipal de Administração

Responsável pela fiscalização e demanda: Fernanda Da S. Pessoa Marcelino

Responsável pela solicitação: Secretário de administração Fábio Germano.

E-mail: licitacao@apiacas.mt.gov.br

Telefone: (66) 35932227

1. INTRODUÇÃO:

Nos termos da § 1º do art. 18, da Lei n. 14.133/2021, o Estudo Técnico Preliminar deverá evidenciar o problema a ser resolvido e a melhor solução, de modo a permitir a avaliação da viabilidade técnica, socioeconômica e ambiental da contratação, conforme descrição a seguir.

2. OBJETO

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO, SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, VEICULAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE AÇÕES PUBLICITÁRIAS JUNTO AO PÚBLICO DE INTERESSE DE PEÇAS E CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DO MUNICÍPIO DE APIACÁS-MT.

Item	Quantidade	Unid.	Código	Especificação
1	1,00	UN	724022113	CONTRATAÇÃO DE UMA AGENCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CORRESPONDENTE AO ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUACAO, CONCEPCAO, CRIACAO, EXECUCAO INTERNA, INTERMEDIACAO E SUPERVISAO EXTERNA E A DIVULGACAO, INCLUSIVE INTERNET; CRIACAO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICACAO PUBLICITARIA, EM CONSONANCIA COM AS NOVAS TECNOLOGIAS, VISANDO A EXPANSAO DOS EFEITOS DAS MENSAGENS E DAS ACOES PUBLICITARIAS; ELABORACAO E REGISTRO DE MARCAS, EXPRESSAO DE PROPAGANDA, LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS IDENTIFICADORES, BEM COMO A PROGRAMACAO VISUAL; EXECUCAO DE ACOES DE CONSULTORIA TECNICA DECORRENTE DESSA CONTRATACAO; EXECUCAO DE SERVIÇOS DE PROMOCAO, NAO COMPREENDIDO COMO APOIO E PATROCINIOS; PLANEJAMENTO E EXECUCAO DE PESQUISAS E DE OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIACAO E DE GERACAO DE CONHECIMENTO, O PUBLICO ALVO, OS MEIOS DE DIVULGACAO NOS QUAIS SERAO DIFUNDIDAS AS PEÇAS E ACOES PUBLICITARIAS OU SOBRE RESULTADOS DAS CAMPANHAS REALIZADAS; DEMAIS SERVIÇOS INERENTES A ATIVIDADE PUBLICITARIA, PARA ATENDER AS NECESSIDADES DA ADMINISTRACAO MUNICIPAL, CONFORME TABELA DO SINAPRO. VISANDO EXCLUSIVAMENTE A POPULACAO DO MUNICIPIO DE APIACAS.

2.1. Contratação de 1 (uma) agência de publicidade para a execução de serviços especializados, compreendendo:

1. Planejamento e execução de estratégias de comunicação;
2. Criação e produção de campanhas publicitárias;
3. Compra de mídia e veiculação de publicidade em diversos canais;
4. Monitoramento e avaliação de impacto das campanhas;
5. Pesquisa de mercado e análise de público-alvo;
6. Desenvolvimento de ações de marketing digital e estratégias de engajamento

3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

3.1. O Município de Apiacás, por meio de sua administração direta, identifica a necessidade de contratar **agência(s) de publicidade** para desenvolver, implementar e veicular campanhas institucionais e educativas de interesse público, em consonância com o planejamento estratégico de comunicação governamental. A contratação visa garantir a comunicação eficiente com a população, com foco na **divulgação de atos, programas, serviços, campanhas e eventos**, promovendo a transparência e o acesso à informação.

3.2. **Justificativa da Contratação:** a Administração Pública municipal carece de estrutura própria para execução dos serviços de publicidade, sendo necessário o apoio técnico e criativo especializado. A contratação busca:

- a) Melhorar a qualidade da comunicação institucional;



- b) Alcançar diferentes públicos com mensagens eficazes;
- c) Estimular a cidadania por meio da publicidade de utilidade pública;
- d) Fortalecer a imagem institucional da Prefeitura.

3.3. A divulgação efetiva dos atos legais da Prefeitura Municipal de Apiacás - MT e suas Secretarias é fundamental para garantir a transparência e a responsabilidade do poder público para com seus cidadãos. Outrossim, uma divulgação clara e eficaz permite que a população participe das decisões tomadas pelo Poder Executivo, garantindo o atendimento do interesse público e uma efetiva participação dos munícipes na Gestão.

3.4. O Estudo Técnico Preliminar antecedendo as contratações públicas é de suma importância, pois, além de avaliar a real necessidade da administração, também, garante que essa necessidade encontre uma solução eficaz, com riscos claros e valor justo.

3.5. Este Estudo Técnico tem o intuito de avaliar a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de Publicidade e Propaganda, incluindo estudo, planejamento, criação, produção, veiculação e apresentação dos resultados das campanhas publicitárias na mídia, seja ela televisiva, radiofônica, jornal impresso, banners, panfletos ou através da internet, de modo a difundir as ações, ideias, informações e serviços prestados.

3.6. A contratação almejada irá dar maior transparência as atividades e políticas públicas, programas e atos institucionais do Poder Executivo Municipal em prol da comunidade Apiacaense; trazendo em uma linguagem acessível e didática, de quais são os direitos e deveres dos cidadãos e quais são os serviços que estão e serão disponibilizados ao município.

3.7. Conhecimento é poder, um cidadão bem informado, ciente da realidade, de seus direitos e deveres, sem preocupações com fake News, estará mais atento e participativo na gestão, e por consequência desta interação, o atendimento público chegará onde realmente necessitam dele.

3.8. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas da Administração Pública é dever constitucional previsto no artigo 37, § 1º da CF/88, e direito de todo cidadão. Portanto, a contratação de agência especializada em publicidade é de total importância para cumprir com a obrigação de educar e informar os munícipes de Apiacás-MT.

4. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

4.1. A demanda encontra-se alinhada ao Plano de Contratações Anual do ano de 2026 Conforme Art. 176 da Lei 14.133/2021. Realiza-se a contratação nos moldes do planejamento anual, a fim de garantir a continuidade das atividades públicas, sendo que a conclusão do processo percorrerá das fases estampadas no art. 17 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

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

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

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

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

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

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

5.8. A empresa contratada deverá oferecer:

- a) Equipe técnica multidisciplinar;
- b) Experiência comprovada em campanhas governamentais;
- c) Plano de comunicação detalhado;
- d) Criação e veiculação de peças em diversos meios (TV, rádio, internet, impressos, etc.);



e) Cumprimento da legislação pertinente, especialmente a **Lei nº 12.232/2010**

6. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

6.1. Considerando a natureza continuada e não mensurável por unidades físicas dos serviços de publicidade, as quantidades são estimadas com base na demanda institucional recorrente, não sendo possível a definição prévia de quantitativos objetivos.

6.2. Em razão da natureza continuada dos serviços, sua execução dar-se-á de forma mensal, com vigência contratual de 12 (doze) meses.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

7.1. Foram analisadas as seguintes alternativas para atendimento da necessidade identificada:

a) Ampliação do quadro de servidores efetivos: Alternativa considerada inviável, diante da necessidade de realização de concurso público, dos custos permanentes decorrentes e da ausência de estrutura imediata para absorção das demandas.

b) Capacitação do quadro atual: Alternativa insuficiente, considerando a complexidade técnica das demandas, a necessidade de atuação especializada e o tempo necessário para capacitação adequada.

c) Contratação externa de serviços técnicos especializados de publicidade: Alternativa considerada mais adequada, eficiente e economicamente vantajosa, permitindo atendimento imediato, atuação especializada e preservação do interesse público.

7.2. Para o levantamento de preços praticados no mercado foram analisadas contratações similares de outros Órgãos.

7.3. A contratação de agências de publicidade é prática recorrente dentro da Administração Pública, por ser mais eficiente e menos onerosa, comparando-se com o custo de montar uma equipe especializada equipada de todas as ferramentas, tecnologias e recursos para uma prestação de serviços equiparada.

7.4. Considerando também, que a tecnologia se atualiza diariamente, os custos com cursos de aperfeiçoamento, investimentos em softwares, computadores de nova geração, entre outras despesas, seriam mais onerosas para a Prefeitura Municipal de Apiacás - MT, que precisa realizar investimentos em várias outras áreas não menos importantes.

7.5. Diante do exposto, subentende-se que a contratação de empresa terceirizada para a prestação de serviços de publicidade e propaganda é a solução mais eficaz, eficiente e menos onerosa para atender as necessidades da Prefeitura Municipal de Apiacás-MT.

8. PESQUISA DE PREÇO

8.1. Com o objetivo de identificar a solução mais adequada às necessidades da Administração, foram realizadas análises de contratações similares promovidas por diversos entes públicos, com base em pesquisas em contratos de outros entes públicos da região, colhidos nos portais da transparência. A partir desse levantamento, buscou-se verificar a adoção de metodologias atualizadas, tecnologias emergentes e inovações no âmbito da publicidade institucional, visando garantir a eficiência, a economicidade e a efetividade da futura contratação pela Prefeitura Municipal de Apiacás - MT.

Órgão: Câmara Municipal De Colíder-MT – Contrato Nº: 003/2025

Objeto: Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda visando a prestação de serviços de distribuição de mídia, produzida pela Câmara Municipal de Colíder-MT.

Valor: R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais)

Órgão: Prefeitura de Guarantã do Norte - MT – Contrato Nº 95/2025

Objeto: Contratação de prestação de serviços de publicidade, por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da contratante junto a públicos de interesse.

Valor: R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

Órgão: Prefeitura de Paranaíta -MT – Contrato Nº: 211/2025



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE APIACÁS

Av. Brasil Nº 1.059- Bairro Bom Jesus – CEP: 78.595-000 - Apiacás/MT
CNPJ- 01.321.850/0001-54

PMAPC/LICITAÇÃO

Fls: _____

Rúbrica: _____

Objeto: Contratação de empresa para prestação de serviços de propaganda e publicidade, incluindo produção, gerenciamento, planejamento e veiculação de publicidade para o poder público, em todos os meios de comunicação, atendendo às necessidades do município de Paranaíta/MT

Valor: R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Órgão: Prefeitura de Alta Floresta – Contrato Nº 024/2022;

Objeto: Contratação de agência de publicidade para elaborar, desenvolver e trabalhar na divulgação dos materiais de interesse do poder público municipal de Alta Floresta-MT.

Valor: R\$ 812.500,00 (oitocentos e doze mil e quinhentos reais).

Órgão: Prefeitura Municipal de Peixoto de Azevedo – MT – Contrato Nº 157/2021;

Objeto: A prestação de serviços de publicidade, correspondentes ao estudo, planejamento, conceitualização, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a prefeitura municipal de Peixoto de Azevedo - MT. difundir ideias informando e conscientizando o público em geral; elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos identificadores, bem como programação visual; execução de serviços complementares aos trabalhos especializados pertinentes: i – planejamento, execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação, geração de conhecimento sobre o público-alvo, dos meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; ii – produção, execução técnica das peças e de projetos publicitários criados; iii - criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; e demais serviços inerentes à atividade publicitária, destinados ao atendimento das necessidades da PREFEITURA MUNICIPAL DE PEIXOTO DE AZEVEDO - MT.

Valor: R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)

8.2. Sobre a pesquisa de mercado informando a previsão de preços referenciais como estimativa para a contratação dos serviços pretendidos, cumpre informar que os editais para contratação de agência de publicidade no Estado de Mato Grosso tomam como referência a tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (Tabela Sinapro-MT, edição 2024), conforme os editais consultados em levantamento de mercado que apresentam o mesmo objeto. Para instruir e adequar o processo de licitação à realidade econômica e financeira atual, é recomendado que o percentual de desconto sobre a tabela do Sinapro-MT seja de 50%. Tal percentual é resultado de uma prática do mercado das agências de propaganda para contratos com prazo de 1 (um) ano, com possibilidade de prorrogação.

8.3. A presente contratação não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pelas agências contratadas de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pelo agente contratador, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados pelo agente contratador através da agência contratada. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

8.4. No entanto, primeiramente, é preciso destacar que, dentre as ferramentas de comunicação social, estabelecidas no art. 3º do Decreto 6.555/2008, a publicidade é a que absorve o maior volume dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempos e espaços de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens da Prefeitura Municipal de Apiacás-MT a todos os cidadãos do município.

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7. Realizar contratação de agências de publicidade por meio da **Modalidade Concorrência Pública, Tipo Técnica e Preço (Melhor Técnica e Maior Desconto)**. Justifica-se a escolha por esta



modalidade em razão da **complexidade do serviço**, que exige análise da **capacidade técnica e criativa** das proponentes, além da vantajosidade econômica.

8.2. A solução adotada consiste na contratação de agência de publicidade para a execução de serviços especializados de divulgação e publicidade nos diversos meios de comunicação

8.3. A contratação será de objeto único e integrado evitando fragmentação contratual, assegurando maior eficiência administrativa, planejamento e uniformidade das publicações.

8.4. A fiscalização e gestão do contrato serão exercidas pela Secretaria Municipal de Administração, mediante designação formal de gestor e fiscal.

10. LEGISLAÇÃO APLICADA

10.1. As presentes contratações de serviço de publicidade, bem como a execução contratual desses serviços, se baseiam nos dispositivos legais e normativos a baixo:

1) Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos): regula as contratações públicas, exige Estudo Técnico Preliminar e define critérios para seleção de fornecedores de serviços especializados.

2) Lei nº 12.232/2010: disciplina especificamente a contratação de agências de publicidade pela Administração Pública, exigindo licitação na modalidade concorrência, do tipo técnica e preço, e vedando promoção pessoal.

3) Lei nº 4.680/1965: regula o exercício da atividade publicitária, exigindo registro profissional e servindo como base para avaliação da qualificação técnica das agências.

4) Constituição Federal (art. 37, caput e §1º): impõe os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, e proíbe o uso promocional da publicidade oficial.

5) Decreto nº 6.555/2008: estabelece diretrizes para a comunicação institucional, servindo como referência de boas práticas, especialmente no que se refere à transparência e ao interesse público.

11. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

11.1. Para o período de vigência contratual de 12 (doze) meses, o valor global estimado da contratação perfaz o total de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), definido com base em análise de contratos similares, histórico de contratações do Município e tabela **SINAPRO**, respeitando o teto de gastos previsto na **Lei Orçamentária Anual** do município, considerando que são serviços peculiares e de difícil mensuração.

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

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

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

13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES - ARTIGO 18, § 1º INCISO XI

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

14. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS - ARTIGO 18, § 1º INCISO IX

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

- a) Aumento do alcance das ações institucionais;
- b) Padronização da identidade visual do governo municipal;
- c) Comunicação clara, objetiva e de interesse público;
- d) Cumprimento da legislação de transparência e acesso à informação.

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



governamentais.

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

15.1. A Administração contará com um servidor responsável pela gestão, fiscalização e acompanhamento da execução contratual, garantindo a conformidade com os termos acordados.

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

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

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

17. ANÁLISE DE RISCOS

17.1. **Risco:** Seleção de agência sem qualificação técnica. **Mitigação:** Definição de critérios técnicos rigorosos.

17.2. **Risco:** Descumprimento contratual. **Mitigação:** Fiscalização e cláusulas de penalidade.

18. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

18.1. Após a realização dos estudos preliminares, conclui-se que a contratação proposta é plenamente viável, adequada e necessária ao atendimento do interesse público. Diante da relevância da comunicação institucional, recomenda-se a **abertura de Licitação** na modalidade **Concorrência Pública** com julgamento de **Melhor Técnica e Menor Preço**, com base na Lei nº 14.133/2021, para garantir uma contratação técnica e economicamente vantajosa.

Apiacás -MT, 17 de abril de 2026

Fernanda Da S. Pessoa Marcelino
Responsável pela Formalização da Demanda e Fiscal de Contrato

Fábio Germano
Secretário Municipal de Administração



MAPA DE RISCOS

Contratação de Serviços de Publicidade por intermédio de Agência de Propaganda

Base Legal: Lei nº 12.232/2010, Lei nº 4.680/1965 e Lei nº 14.133/2021.

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a veiculação e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse de peças e campanhas publicitárias.

MAPA DE RISCOS DA CONTRATAÇÃO

Fase	Risco Identificado	Probabilidade	Impacto	Medidas Preventivas	Plano de Contingência	Responsável
Planejamento	Definição inadequada do objeto ou escopo da contratação	Média	Alto	Elaborar Estudo Técnico Preliminar, Termo de Referência e briefing detalhado conforme Lei nº 12.232/2010	Revisão técnica dos documentos antes da publicação	Setor Demandante / Comissão
Planejamento	Ausência de critérios objetivos de julgamento técnico	Média	Alto	Definir claramente critérios de técnica e preço no edital	Suspensão para correção do edital	Comissão de Contratação
Planejamento	Pesquisa de preços insuficiente ou inadequada	Média	Médio	Realizar pesquisa em contratos similares, PNCP e mercado especializado	Atualização da pesquisa antes da contratação	Setor de Compras
Planejamento	Restrição indevida à competitividade	Baixa	Alto	Revisão jurídica e técnica do edital	Retificação do edital	Comissão / Jurídico
Licitação	Impugnações e recursos administrativos	Alta	Médio	Observância rigorosa da legislação e ampla publicidade do certame	Análise célere e fundamentada dos recursos	Comissão de Contratação
Licitação	Questionamentos quanto à subcomissão técnica	Média	Alto	Constituir subcomissão técnica conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010	Reavaliação dos atos praticados	Autoridade Competente
Licitação	Vazamento de informações das propostas técnicas	Baixa	Alto	Garantir sigilo e controle de acesso aos envelopes e documentos	Apuração administrativa e eventual anulação de atos	Comissão
Licitação	Fracasso ou deserto do certame	Baixa	Alto	Divulgação ampla e condições compatíveis com o mercado	Republicação do edital com ajustes necessários	Administração
Execução Contratual	Descumprimento de prazos pela agência	Média	Alto	Definição de cronogramas e fiscalização contratual contínua	Aplicação de sanções e notificações	Fiscal do Contrato
Execução Contratual	Serviços executados em desconformidade com o briefing	Média	Alto	Aprovação prévia das campanhas e acompanhamento técnico	Solicitação de correção/refazimento	Fiscal do Contrato
Execução Contratual	Falhas na veiculação das campanhas	Média	Médio	Conferência dos planos de mídia e comprovantes de veiculação	Readequação da mídia sem ônus adicional	Agência / Fiscal



Fase	Risco Identificado	Probabilidade	Impacto	Medidas Preventivas	Plano de Contingência	Responsável
Execução Contratual	Superfaturamento ou cobrança indevida de produção e mídia	Baixa	Alto	Exigência de notas fiscais, tabelas oficiais e comprovação dos custos	Glosa de pagamentos e abertura de processo administrativo	Fiscal / Controle Interno
Execução Contratual	Utilização inadequada de verba pública em publicidade institucional	Baixa	Alto	Observância aos princípios da publicidade institucional e vedação de promoção pessoal	Suspensão imediata da campanha	Fiscal / Jurídico
Execução Contratual	Inexecução parcial ou total do contrato	Baixa	Alto	Fiscalização contínua e aplicação de indicadores de desempenho	Aplicação de penalidades e eventual rescisão contratual	Administração
Controle e Fiscalização	Ausência de fiscalização adequada	Média	Alto	Designação formal de fiscal e gestor do contrato	Substituição imediata do fiscal e regularização dos controles	Autoridade Competente
Controle e Fiscalização	Falta de transparência nos gastos publicitários	Média	Alto	Publicação dos atos no PNCP e Portal da Transparência	Regularização das publicações	Administração
Jurídico	Descumprimento da Lei nº 12.232/2010	Baixa	Alto	Observância integral das exigências legais específicas para publicidade	Revisão jurídica dos atos do processo	Assessoria Jurídica
Jurídico	Responsabilização por irregularidades perante órgãos de controle	Baixa	Alto	Controle documental e conformidade legal permanente	Apresentação de justificativas e adoção de medidas corretivas	Administração

CLASSIFICAÇÃO DOS RISCOS

Grau de Probabilidade	Definição
Baixa	Evento improvável de ocorrer
Média	Evento com possibilidade moderada de ocorrência
Alta	Evento com grande chance de ocorrência

Grau de Impacto	Definição
Baixo	Pouco impacto na contratação
Médio	Pode gerar atrasos ou prejuízos moderados
Alto	Compromete a legalidade, execução ou resultado da contratação

CONCLUSÃO

Considerando a natureza especializada dos serviços de publicidade e as exigências específicas previstas na Lei nº 12.232/2010, verifica-se que os riscos identificados podem ser mitigados mediante adequado



ESTADO DE MATO GROSSO
PREFEITURA MUNICIPAL DE APIACÁS
Av. Brasil N° 1.059- Bairro Bom Jesus – CEP: 78.595-000 - Apiacás/MT
CNPJ- 01.321.850/0001-54

PMAPC/LICITAÇÃO

Fls: _____

Rúbrica: _____

planejamento, definição objetiva dos critérios de julgamento, fiscalização contínua da execução contratual e observância rigorosa da legislação aplicável.

Assim, o gerenciamento de riscos demonstra-se viável e compatível com a futura contratação, contribuindo para a eficiência, transparência e segurança jurídica do procedimento licitatório e da execução contratual.

Apiacás -MT, 17 de abril de 2026

Fernanda Da S. Pessoa Marcelino
Responsável pela Formalização da Demanda e Fiscal de Contrato

Fábio Germano
Secretário Municipal de Administração