



CURSO

LICITAÇÕES E CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

*Domine cada etapa da contratação de agências de
publicidade com segurança e eficiência.*



PROPOSTA DE INVESTIMENTO

A **Capaccitar Treinamentos** tem a honra de apresentar uma proposta inovadora e transformadora para a capacitação de servidores públicos. Unindo uma abordagem personalizada e humanizada, traduzimos conhecimento em prática, entregando soluções de excelência que desenvolvem competências e geram resultados concretos. Nosso compromisso é ser uma parceira estratégica na construção de uma gestão pública mais eficiente, moderna e de impacto duradouro.

Apresentação do Curso

A comunicação no setor público enfrenta entraves recorrentes, como atrasos, ineficiência e falta de inovação — mesmo com recursos significativos disponíveis. Isso se agrava diante da complexidade normativa e da ausência de diretrizes claras na jurisprudência e doutrina, especialmente nas contratações de agências de comunicação.

A recente Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, ao adaptar os procedimentos à nova Lei nº 14.133/2021, trouxe ainda mais desafios interpretativos, exigindo atenção à Portaria MCOM nº 3.948/2021 e à crescente gama de serviços abrangidos pela Lei nº 12.232/2010, especialmente após a ampliação promovida pela Lei nº 14.356/2022.

Essas contratações demandam alta especialização técnica, controle rigoroso e gestão de riscos — dada a recorrência de escândalos e a semelhança com os desafios enfrentados nas obras públicas.

Diante desse cenário, a CAPACCITAR, sob curadoria técnica do professor Max Müller Cândido, lança o curso **COMPLETO DE LICITAÇÕES E CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, oferecendo uma imersão nas normativas, jurisprudência atualizada e boas práticas para contratações eficientes e seguras no setor público.



10 DESTAQUES DO CURSO COMPLETO

1. Nova Lei nº 14.133/2021 x Lei nº 12.232/2010;
2. Credenciamento e SRP para serviços e fornecimentos acessórios;
3. Compra direta de verba de mídia digital;
4. Desafios práticos para a efetividade do princípio da segregação de funções no processo;
5. Construção de cardápio de serviços com base em tabelas referenciais;
6. Elaboração dos briefings;
7. Avaliação das propostas baseadas nos briefings elaborados;
8. Melhores práticas para condução da subcomissão técnica;
9. Fiscalização técnica dos contratos de comunicação;
10. Gestão de riscos nas licitações e contratos de comunicação.

A quem se destina

- Todos os agentes demandantes da administração (integrantes da área de comunicação, imprensa, ouvidoria, bens e serviços da Administração), bem como demais servidores interessados nas temáticas abordadas;
- Analistas, assessores e profissionais de comunicação, publicidade, marketing e relações públicas;
- Membros das equipes de comunicação, assessoria de imprensa, assessoria parlamentar e de gestão de mandato;
- Servidores do departamento/núcleo de cerimonial, protocolo e organização de eventos;
- Gestores e agentes públicos envolvidos no planejamento, criação e operações da comunicação institucional; e
- Alta Administração, controladores internos, auditores, assessores jurídicos e membros que compõem as áreas de governança, *compliance*, gestão de riscos e estratégia institucional, e profissionais relacionados com o processo de contratação e concorrência de agências.



Detalhamento do Treinamento

Data: 26 e 27 de junho de 2025.

Carga Horária: 16 horas

Horário: 08hs às 17h30 – 1h30 de almoço.

Modalidade: Presencial

Local: Espaço CDL - Cuiabá

Programa do Curso

1. COMPREENSÃO GLOBAL DAS NORMAS QUE TANGENCIAM O TEMA:

- Lei geral de licitações e contratações de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010):
 - Finalidade da lei e a remessa à Lei nº 4.680/1965;
 - Conceitos principais trazidos pela Lei e o CENP;
 - Peculiaridades:
 - Tipo de licitação;
 - Critérios de julgamento;
 - Restrições à contratação de determinados serviços complementares à publicidade;
 - Plano de comunicação (e a via não-identificada).
 - Acórdão nº 6.227/2016, da Segunda Câmara do TCU;
 - Boas práticas e repercussões da nova IN Secom/PR nº 1/2023;
 - Portarias e Instruções Normativas atinentes ao tema.

2. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA:

- O modelo brasileiro de publicidade: a autorregulação das Normas-Padrão e do CENP;
 - Atividades da agência prestada integradamente:
 - execução interna de serviços;
 - intermediação e a supervisão da execução externa de serviços;



- distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação.

3. INSTRUÇÃO DA FASE PREPARATÓRIA/INTERNA/DE PLANEJAMENTO:

- Formalização da demanda (DFD);
- Plano de Contratações Anual (PCA);
- Estudos preliminares (ETP) e a importância da participação do gestor/fiscal;
- Termo de referência;
- A gestão de riscos como ferramenta de planejamento (e de execução do contrato);
- *Briefing*;
- Instrumento convocatório.

4. FASE DE SELEÇÃO, A IMPORTÂNCIA (E OS RISCOS) DA SUBCOMISSÃO E A SUA INTERRELAÇÃO COM O BRIEFING NA VALORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA (VISÃO DA PROJEÇÃO DE EXECUÇÃO NA FASE CONTRATUAL):

- Composição da subcomissão técnica e especificidades;
- Rito do julgamento das propostas (técnica e preço);
- A imperiosidade do princípio do julgamento apócrifo:
- Como assegurar a força preponderante do julgamento realizado pelos membros da subcomissão, auxiliares da comissão processante e tecnicamente especializados, nas hipóteses de questionamento das notas atribuídas às propostas técnicas em vias não-identificadas?
- Fase recursal;
- Adjudicação (e possibilidade de adjudicação a mais de uma agência); e,
- Homologação.

5. REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS NAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS:

- Desconto padrão;
- Adoção de patamares menores;
- Planos de incentivo e BV (ponto sensível);



- Tabela referencial do Sinapro;
- Valor fechado (*fee*);
- Honorários;
- Despesa com deslocamento;
- Aplicação do IMR.

6. FASE CONTRATUAL:

- A segregação de funções entre gestão e fiscalização de contratos: detalhamento das funções do Gestor e dos Fiscais (administrativo, técnico e setorial);
- Formalização e publicidade do contrato: procedimentos e cuidados;
- Papel do preposto da agência contratada;
- Reunião inicial e a previsibilidade da dinâmica na execução contratual;
- Comunicação entre gestor, fiscal e preposto;
- A participação do gestor e do fiscal no pagamento do serviço;
- Dinâmica de apresentação periódica de faturas, recepção e diligência;
- Fornecimento dos bens ou serviços especializados ao contratado e a dinâmica da coleta de orçamento;
- Duração do contrato: vigência e prorrogação;
- Extinção/rescisão contratual.

7. BOAS PRÁTICAS DE GERENCIAMENTO DE RISCOS NA FISCALIZAÇÃO TÉCNICA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO:

- Rotina de aferição da qualidade/quantidade de recursos aplicados na execução do serviço;
- Utilização dos instrumentos de controle da gestão e fiscalização: *checklists*, roteiros, Instrumento de Medição de Resultado (IMR) nas rotinas do contrato;
- Relatório de acompanhamento do contrato;
- Acompanhamento diário, mensal, periódico e por amostragem.

8. ELABORAÇÃO E ANÁLISE DE DOCUMENTOS ESPECÍFICOS:



- Elaboração do Briefing visando à proposição de um problema (e não de solução);
- Utilização do ChatGPT como ferramenta acessória na elaboração do *Briefing*;
- Análise das propostas técnicas das agências licitantes.

Metodologia

- **Aulas Expositivas:** Conceitos e fundamentos.
- **Estudo de Casos:** Exemplos reais aplicados no dia a dia.
- **Debates e Dinâmicas:** Troca de experiências entre participantes.
- **Oficinas Práticas:** Elaboração de programas e simulações.

Facilitador



MAX MÜLLER CÂNDIDO

Comunicador, redator, articulista e professor nas temáticas afetas à Comunicação Pública, envolvendo as matérias de mídias sociais, marketing governamental, publicidade oficial, contratação de serviços publicitários, branding, curadoria e produção de conteúdos digitais. Foi assessor de comunicação, apresentador e curador de conteúdos e eventos na área de licitações e contratos da CONSULTRE – sendo um dos idealizadores da “Maratona das Contratações Públicas”, o maior encontro online na área de Licitações, que capacitou, na 3ª edição do evento - em 2021, mais de 9,5 mil agentes públicos. Graduado em Marketing – ênfase Digital &



Data Science – pela FIAP. Certificação em Personal Branding pela ESPM-São Paulo. Autor da obra "Descomplicando a Elaboração de Editais para Licitações de Serviços Publicitários: Passo a passo e modelos em conformidade com as leis nºs 8.666/93, 12.232/10 e 14.133/21" (Publicação independente, 2022). Coordenador de projeto e organizador da obra "A Nova Lei de Licitações e Contratos: Onde estamos? E para onde vamos?" (CONSULTRE, 2021).

Resultados Esperados

- ✓ Compreender o marco legal e normativo das contratações de publicidade no setor público.
- ✓ Aprimorar a elaboração de editais, termos de referência e contratos específicos.
- ✓ Reduzir riscos e falhas com base em jurisprudência e boas práticas.
- ✓ Dominar as exigências técnicas e regulatórias do setor de comunicação.
- ✓ Atualizar-se sobre serviços modernos como redes sociais, SEO e RP.
- ✓ Promover contratações mais seguras, eficientes e estratégicas.

Investimento

Valor do Investimento por participante: R\$ 1.999,00 (um mil, novecentos e noventa e nove reais).

Condições Especiais:

Quantidade de participante por órgão	Valor por participante
01 participante	Valor: R\$ 1.999,00
02 ou mais participantes	Valor: R\$ 1.899,00

Obrigações da Empresa:

- **Fornecer Apoio Logístico:** Garantir toda a estrutura necessária para a realização do evento.



- **Disponibilizar o Local do Evento:** Assegurar um espaço adequado para a realização do treinamento.
- **Providenciar Facilitador(a):** Disponibilizar profissional qualificado para ministrar o treinamento.
- **Fornecer Material Didático:** Disponibilizar itens como caderno, apostila, caneta e marca-texto para os participantes.
- **Oferecer Coffee Break:** Garantir o serviço de coffee break durante o evento.
- **Emitir Certificados:** Fornecer certificados aos participantes, contendo carga horária e conteúdo programático.

Informações para Pagamento:

O pagamento deverá ser efetuado em nome da empresa **Capaccitar Consultoria e Treinamentos EIRELLI**, inscrita no CNPJ n. 31.825.556/0001-40, por meio do **Banco do Brasil**, Agência **0046-9**, Conta Corrente n. 37769-4, ou via **PIX**, utilizando a chave 31.825.556/0001-40.

Política de Cancelamento

- **Cancelamento pelo Participante:** O cancelamento da inscrição poderá ser realizado com até 7 (sete) dias úteis de antecedência ao evento. Após este prazo, não será possível cancelar, mas será permitida a substituição do participante.
- **Cancelamento pela Empresa:** A Capaccitar Treinamentos poderá cancelar ou adiar o evento por motivos operacionais, comunicando a Contratante com antecedência razoável.
- **Alterações:** A Capaccitar reserva-se o direito de ajustar a programação, incluindo a substituição de palestrantes, em casos de indisponibilidade ou por força maior.



Informações Complementares

A Capaccitar Treinamentos disponibilizará material de apoio exclusivo para os participantes, elaborado de forma a complementar e enriquecer o aprendizado durante o curso.

O certificado será concedido apenas aos participantes que cumprirem o requisito mínimo de 75% de frequência nas atividades, como forma de garantir o comprometimento e a absorção do conteúdo proposto.

www.capaccitar.com.br

Dados da Empresa

- **Nome:** Capaccitar Treinamentos.
- **CNPJ:** 31.825.556/0001-40.
- **E-mail:** atendimento.capaccitar@gmail.com.
- **Telefone:** (65) 99694-6662 ou 99915-6662.
- **Site:** www.capaccitar.com.br.