



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Câmara Municipal de Fazenda Rio Grande.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

2.1. A contratação de empresa para distribuição de mídia se mostra necessária para dar maior visibilidade e transparência aos atos e decisões do Poder Legislativo. Informar a população sobre as ações e projetos desenvolvidos pela Câmara além de ser um dever institucional que visa a promoção da cidadania, garantindo que os munícipes tenham pleno conhecimento das atividades do seu corpo legislativo. Ao ampliar o alcance das ações do Legislativo, a Câmara Municipal fortalece sua relação com a população, promovendo maior engajamento e participação cidadã nos assuntos públicos.

3. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL – Art. 18, §1º II – OBRIGATÓRIO

3.1. A presente contratação não está prevista no Plano de contratações, verificar art. 80 da Resolução 25/2023.

3.2. A contratação, entretanto, se justifica pela necessidade superveniente de fortalecer a transparência institucional, ampliar os canais de comunicação com a população e assegurar a publicidade dos atos e ações legislativas, conforme preceituam os princípios constitucionais da administração pública, especialmente os da publicidade e eficiência (art. 37 da Constituição Federal). Cabe destacar que o cenário político-comunicacional sofreu alterações ao longo do exercício, exigindo uma resposta estratégica para manter a população devidamente informada sobre os trabalhos legislativos, projetos em tramitação, eventos oficiais e campanhas de interesse público. Assim, a inclusão posterior e a consequente contratação são medidas excepcionais, porém, necessárias, diante da urgência e relevância da matéria para o interesse público local. Ademais, ressalta-se que a contratação observará os trâmites legais previstos na Lei nº 12.232/2010, que regula as licitações e contratações de serviços de publicidade pela administração pública, garantindo a legalidade, a competitividade e a economicidade do processo.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO – Art. 18, §1º III

4.1. Comprovação da aptidão do proponente mediante a apresentação de, no mínimo, 1 (um) atestado de capacidade técnica, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove a execução de atividades compatíveis com o objeto da presente licitação, com validade não superior a 12 (doze) meses.

4.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo Conselho Executivo de Normas - Padrão – CENP, como exigência contida no parágrafo 1º, do artigo 4º da Lei nº 12.232/10.

5. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

5.1. Nos termos do art. 2º, §3º da Lei 12.232/2010, a referida licitação será selecionada e contratada uma única agência de publicidade e propaganda.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

6.1. A cotação dos preços praticados por empresas do mercado segue o que determina a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO-PR) sobre valores referenciais de serviços. Os critérios gerais de conduta seguem diante da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, com seus devidos decretos.



6.2. De outro lado, há que constar do edital o valor total máximo estimado para a contratação, pelo que, conforme determinação da Presidente da Casa, será de R\$ 300.000,00 (trezentos mil), para o período de 12 (doze) meses.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. A licitação se dará por meio de certame na modalidade CONCORRÊNCIA cujo critério de julgamento será técnica e preço, conforme art. 5º da Lei 12.232/2010, sendo considerado, para ponderação da pontuação final, o maior desconto percentual ofertado sobre os valores de tabela do SINAPRO/PR, aliado à pontuação da proposta técnica.

7.2. A licitação será conduzida de acordo aos ditames da Lei Federal nº 12.232/2010, sendo aplicada subsidiariamente a Lei Federal nº 14.133/2021.

7.3. Da realização de sessão presencial

7.3.1. Mantém-se o procedimento licitatório para a contratação de serviços publicitários, na forma presencial, com a apresentação das Propostas Técnica, de Preço e dos Documentos de Habilitação de forma física. A manutenção da forma presencial, com apresentação das Propostas Técnica, de Preço e Documentos de Habilitação, justifica-se pela exigência legal quanto à garantia do sigilo na não identificação dos licitantes no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, na forma do disposto no inciso IV do artigo 6º da lei 12.232/2010.

7.3.2. O Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada deve ser apresentada de forma apócrifa e sem nenhum elemento que possa identificar o proponente. O encaminhamento do citado Plano, de forma eletrônica, exige que o órgão ou entidade responsável pela licitação possua condições técnicas de preservar essa não identificação, assegurando a ausência de metadados nos arquivos apócrifos da proposta que possam identificar os licitantes, cuidando da criptografia desses arquivos e os adequando aos formatos digitais dos arquivos exigidos pelo edital. Tais motivos fundamentam a decisão de manter, nesta licitação de serviços publicitários, a forma presencial na apresentação das Propostas Técnica e de Preço e nos Documentos de Habilitação. Outrossim, em atenção às disposições da Lei 14.133/21, as sessões públicas do certame licitatório serão gravadas em áudio e vídeo conforme parágrafo 2º do artigo 17 da Lei 14.133/21 que dispõe: “As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.”

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. O parcelamento do serviço objeto deste edital não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que planejamento e execução permanecem a cargo da mesma agência de publicidade. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade. Os serviços de publicidade são realizados pela agência de forma integrada, ou seja, estudo, concepção, criação de peças e campanhas publicitárias e intermediação na contratação de serviços especiais de publicidade, inclusive de pesquisas e formas inovadoras de comunicação, além da contratação da mídia.

9. DAS PROVIDÊNCIAS

9.1. Do plano de comunicação publicitária (briefing)

9.1.1. O art. 6º, I e II, da Lei Federal nº 12.232/2010, prevê que as propostas técnicas deverão ser compostas de um plano de comunicação publicitária, o qual deverá basear-se em informações expressas no briefing. Neste sentido, faz-se necessário que o Departamento de Comunicação elabore o briefing para compor o edital da



licitação.

9.2. Da subcomissão técnica

9.2.1. Conforme previsão do art. 10, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010, há a necessidade de instauração de subcomissão técnica, a fim de avaliar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes. O mesmo dispositivo legal preceitua que pelo menos 1/3 dos membros da subcomissão técnica não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, ainda os § 2º e § 3º do artigo mencionado determinam que a escolha dos membros se dará por sorteio, em sessão pública, entre nomes previamente cadastrados. Neste sentido, haverá que ser elaborada pelo departamento competente e publicada intenção de realização do cadastro, para, posteriormente, realizar o sorteio disciplinado pela Lei para a composição da subcomissão mencionada.

9.2.2. Caso a Câmara não tenha profissionais para compor a subcomissão técnica, poderá realizar um Acordo de Cooperação Técnica com a Prefeitura para fornecimento, por parte da Prefeitura Municipal Fazenda Rio Grande, de profissionais de seu quadro funcional, que sejam graduados em comunicação, publicidade ou marketing para compor a lista de profissionais que serão sorteados como membros com vínculo.

10. DOS IMPACTOS AMBIENTAIS

10.1. Todos os processos envolvidos na execução desse objeto sejam de extração, fabricação, utilização ou descarte de materiais e serviços devem estar revestidos da preocupação com a sustentabilidade ambiental e totalmente de acordo com as imposições normativas editadas pelos órgãos de proteção ao meio ambiente.

11. DOS ITENS DESTE ESTUDO PRELIMINAR

11.1. Com base nos itens arrolados neste estudo preliminar, é possível aferir as principais características da presente contratação, pelo que se justifica a não contemplação de todos os incisos do § 1º do art. 18 da Lei Federal nº 14.133/2021, com base no disposto no § 2º do mesmo artigo da Lei.

12. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO – Art. 18, §1º XIII – OBRIGATÓRIO

12.1. Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina.

Fazenda Rio Grande, 25 de junho de 202x.


Thaynara Carvalho Murata
Diretora Administrativa