



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

INTRODUÇÃO

O Estudo Técnico Preliminar – ETP é o documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação. Ele serve de base ao Termo de Referência a ser elaborado, caso se conclua pela viabilidade da contratação.

O ETP tem por objetivo identificar e analisar os cenários para o atendimento de demanda registrada no Documento de Formalização da Demanda – DFD, bem como demonstrar a viabilidade técnica e econômica das soluções identificadas, fornecendo as informações necessárias para subsidiar a tomada de decisão e o prosseguimento do respectivo processo de contratação.

Referência: Inciso XX, art. 6º, Lei Federal n. 14.133/21.

ÁREA REQUISITANTE

Secretaria/Setor/Departamento	Responsáveis
Setor de Assessoria de Comunicação	Guilherme Morais

OBJETO: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tem 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 junto a públicos de interesse, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A necessidade da presente contratação, sob a perspectiva do interesse público, baseia-se no direito da população em conhecer/fiscalizar e no dever do administrador em divulgar/transparecer os atos praticados pela Administração. Cabe à Administração Pública desenvolver atividades orientadas a incentivar condutas positivas, generosas e que permitam a realização dos valores de



interesse coletivo.

Assim, o serviço de publicidade visa promover boas condutas, despertar novos interesses, estimular ações educativas, difundir ideias e valores tidos como socialmente desejáveis. Os interesses envolvidos na publicidade institucional, diferentemente do setor privado que pode se utilizar da publicidade para acumulação de capital, relacionam-se à promoção da dignidade humana e à satisfação das necessidades coletivas.

A comunicação governamental se baseia no princípio constitucional da Publicidade, disposto no artigo 37 da Constituição Federal. O princípio da Publicidade do ato administrativo exige o desenvolvimento de serviços publicitários, como são os casos de divulgação de programas e iniciativas do governo que asseguram a informação da população quanto à atuação do interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e de controle social, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do Governo Executivo Municipal.

E para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei nº 12.232/2010, a Prefeitura Municipal de Brumadinho necessita aliar as competências de sua equipe interna à expertise de agência de publicidade e propaganda contratada por meio de processo licitatório, a qual deve dispor dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Município, e aplicabilidade dos recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

A Lei Federal nº 12.232/2010 trata de forma bastante singular à licitação e aos contratos administrativos de publicidade governamental. As especificidades do setor, não abarcadas pela Lei de Licitações, foram, em sua grande maioria, contempladas no diploma legal e apresentou-se como importante marco de inovação, pois até hoje é o único instrumento normativo criado especificamente para tratar de procedimento licitatório e contratação de um serviço determinado: a publicidade. Não há lei específica para tratar de outros serviços ou produtos determinados, somente o serviço publicitário recebeu atenção especial do legislador no que se refere à contratação pela Administração Pública.



A finalidade da presente contratação é assessorar as áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações do Poder Público Executivo Municipal, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa à planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes.

A comunicação institucional da Prefeitura deverá estar em consonância com as Políticas de Governo, priorizando a publicidade de utilidade pública e institucional. O uso de orçamento específico alocado para essa finalidade será feito de maneira eficiente e racional, observando os princípios de economicidade e eficiência na aplicação dos recursos.

A contratação de serviços de publicidade e propaganda para a Prefeitura Municipal é uma ação estratégica essencial para a comunicação eficiente das atividades e serviços prestados. Com uma visão integrada, e a garantia de uma comunicação transparente e eficiente que contribui para o fortalecimento da cidadania, o controle social e a promoção da transparência pública, resultando em ganhos significativos tanto para a administração pública quanto para os cidadãos.

ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

O objeto da presente contratação está alinhado ao planejamento das contratações da Secretaria Municipal de Governo. Todavia, não está vinculada ao PCA (Plano de Contratação Anual), visto que este ainda não foi elaborado.

Registra-se, que o Plano de Contratações Anual (PCA) encontra-se em elaboração para vigência no exercício de 2026.

REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Para atendimento adequado às necessidades da Prefeitura Municipal de Brumadinho, envolvidas na presente contratação, destacam-se os seguintes requisitos abaixo elencados:

Da natureza continuada dos serviços de publicidade a serem contratados



De acordo com a Instrução Normativa SEGES/ME nº 98, de 26 de dezembro de 2022, os serviços prestados de forma continuada são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e continuada, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

Considerando o histórico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo, a interrupção dos serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, pode comprometer à execução de um dos serviços mais importantes prestados pela Prefeitura de Brumadinho à sociedade, em observância ao princípio da Publicidade disposto no §1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever da Administração de divulgar os atos praticados.

Assim, a interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio das agências de propaganda deixaria a Prefeitura de Brumadinho impedida, temporariamente, de exercer sua missão institucional.

Considerando, ainda, a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional da Prefeitura junto à sociedade, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, por iguais e sucessivos períodos, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes de acordo com o Art. 107, da Lei nº 14.133/2021.

Subcontratação

Será permitida a subcontratação por intermédio das agências de propaganda contratadas para obter os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão das agências, bem como realizar a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação e divulgação, nos termos da Lei nº 4.680/1965 e da Lei nº 12.232/2010.

Entretanto, as agências não poderão subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços de publicidade da mesma natureza da contratada.

Sustentabilidade



Os esforços de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Brumadinho buscam otimizar, fomentar e aprimorar o diálogo com a sociedade, como um compromisso na construção de políticas públicas de qualidade, com mais equidade, acessibilidade, inclusão e maior abrangência para a população.

No que se refere ao cumprimento da sustentabilidade, no desempenho de uma comunicação assertiva, a Prefeitura trabalha para atender as competências institucionais, que engloba todos os níveis de divulgação das políticas públicas especiais à população e de inclusão e ações afirmativas.

Com o cenário de estagnação apresentado pela última gestão, temos um desafio a cumprir para alcançar algumas metas e ações de governo que ficaram comprometidas, não somente no campo das políticas educacionais e sociais, mas na perspectiva do desenvolvimento econômico do município. A retomada do diálogo e participação social têm sido algumas das vertentes deste eixo específico do Plano de Comunicação Publicitária da Prefeitura, no desenvolvimento de campanhas de utilidade pública voltadas para a informação, mobilização e participação da sociedade.

Para tanto, é fundamental que a comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Brumadinho considere os princípios da equidade e da valorização da diversidade étnico-social, os direitos humanos, a gestão democrática, na garantia do padrão de qualidade, da acessibilidade, da igualdade de condições para o acesso à informação dos públicos-alvo.

Além disso, os esforços de comunicação perpassam à divulgação das políticas e ações de governo em prol da melhoria da qualidade de vida no município, que englobam a valorização do profissional, a infraestrutura física e o apoio a população, além de contribuir para o desenvolvimento social e econômico do município.

Do julgamento das propostas técnicas e da formação da Subcomissão

As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 (um terço um membro) dos membros da Subcomissão Técnica não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município.

A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública conforme publicação no Diário Oficial do Município DOM, cuja relação será composta por 03 (três) profissionais sorteados, dos quais 01 (um) deles não possui nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município, conforme § 2º do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2016.



Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação da Subcomissão Técnica, mediante a apresentação à COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO, de justificativa para a exclusão. Diante da ausência de impugnações, procede-se com o sorteio, ficando a Subcomissão Técnica composta por 02 profissionais com vínculo funcional/contratual com o Município, e 01 profissional não governamental.

Das Sessões Públicas

Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos nesse instrumento e na legislação vigente, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE CONTRATAÇÃO da Prefeitura Municipal de Brumadinho e pelos representantes das licitantes presentes, gravadas em áudio e vídeo, conforme §§ 2º e 5º do art. 17, da Lei Federal nº 14.133/2021.

Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

O julgamento final das propostas técnicas e de preços e a análise dos documentos de habilitação das licitantes classificadas no julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Termo de Referência e Edital.

Da primeira sessão pública

A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes por meio dos documentos exigidos em Edital;
- b) Receber os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e Nº 04;
- c) Conferir se esses envelopes estão em conformidade com as disposições contidas no Termo de Referência e Edital;
- d) Verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do Termo de Referência e Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

O ENVELOPE Nº 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Contratação da Prefeitura Municipal de Brumadinho se:

- a) Não estiver identificado;
- b) Não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02;



- c) Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionado, de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02.

Na ocorrência de apresentação do ENVELOPE Nº 01 – Via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação, ou se estiver danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionado de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02, a Comissão Especial de Contratação **NÃO** receberá o ENVELOPE Nº 02, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma Licitante, registrando em Ata.

A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) Rubricar, no fecho e sem abri-los, os ENVELOPES Nº 02 e Nº 04, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial de Contratação, e separá-los dos ENVELOPES Nº 01 e Nº 03;
- b) Retirar e rubricar o conteúdo do envelope Nº 01;
- c) Abrir o ENVELOPE Nº 03 e rubricar seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das Licitantes, para exame, os documentos que constituem os ENVELOPES Nº 01 e Nº 03;
- e) As licitantes serão convocadas para a próxima sessão através de e-mail e publicação no sítio eletrônico e Diário Oficial da Prefeitura Municipal de Brumadinho;

A Comissão Especial de Contratação, antes de retirar e rubricar o conteúdo do ENVELOPE Nº 01, adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os ENVELOPES Nº 01, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada – devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à comissão especial de Contratação da Prefeitura Municipal de Brumadinho.

Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos ENVELOPES Nº 01 e Nº 03, a Comissão Especial de Contratação, e/ou representantes das licitantes, constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocadamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a referida Comissão especial de Contratação DESCLASSIFICARÁ a licitante e ficará de



posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

A Comissão Especial de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca no ENVELOPE Nº 01, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Contratação, na primeira sessão os procedimentos de licitação terão continuidade, conforme a seguir descrito:

- a) Encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação, à Subcomissão Técnica, do ENVELOPE Nº 01, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados nesse Termo de Referência;
- c) Elaboração, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) Encaminhamento, pela Comissão Especial de Contratação à Subcomissão Técnica, do ENVELOPE Nº 03, com a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação;
- e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da capacidade de atendimento do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Termo de Referência e no Edital;
- f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Contratação, da ata de julgamento das propostas referentes à capacidade de atendimento ao repertório e aos relatos de soluções de problemas de comunicação de planilha com as com as pontuações e de justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – antes da abertura do ENVELOPE Nº 02, A Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Termo de Referência e Edital e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelopes fechados e rubricados no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.



O disposto no item anterior não se aplica aos casos que o descumprimento de regras previstas no Termo de Referência e Edital resulte na INEQUÍVOCA identificação da licitante antes da abertura do ENVELOPE Nº 02, ainda durante a primeira sessão pública.

Da segunda sessão pública

1- A segunda sessão terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante na sessão anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital; caso seja o(a) mesmo(a) representante já credenciado na primeira sessão não tem a necessidade de apresentar novamente a documentação.

2- Ato contínuo abertura dos Invólucros nº 2;

a) A Comissão de Contratação e o representante eleito pelos licitantes deverão rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 2, e posteriormente efetuaro cotejo das vias não identificadas (invólucro nº 1) com as vias identificadas (invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria (exemplo do cotejo, comparar o conteúdo da primeira página do caderno 1, com a primeira página do caderno 2, já será identificado a agência autora da proposta).

b) Verificação da pontuação total obtida pelos licitantes, considerados os dois invólucros (nº 1 e nº 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no edital e proclamação do resultado da Proposta Técnica.

c) Executar o sorteio previsto no edital quando for o caso.

- c) Elaboração de planilha geral com as pontuações, obtendo-se a classificação dessa etapa.

3 Será proclamado resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação crescente, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

4 Será publicado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes classificadas e desclassificadas em ordem crescente de pontuação, abrindo-se o prazo para a interposição de recurso.

5 Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar



em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

Da terceira sessão pública

1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – invólucro nº 4 das licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anteriores, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no edital;
- b) Abertura dos invólucros nº 4, análise e rubrica de seus conteúdos pela Comissão de Contratação e Licitantes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço, nos termos das exigências fixadas no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, adotando-se o procedimento e regras previstas para o julgamento da Proposta de Preço e pontuação final, de acordo com o resultado obtido na média ponderada através das valorizações nas propostas técnicas e de preço;
- d) Informar que o resultado do julgamento final da Proposta de Preço e das Propostas será publicado, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso;
- e) Havendo a presença de todas os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, pelo que Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

Da quarta sessão pública

1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Contratação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – invólucro nº 5 dos licitantes classificados. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes dos licitantes. Caso o licitante não tenha tido representante nas sessões anterior, deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no credenciamento;
- b) Recebimento e abertura dos invólucros nº 5, dos licitantes classificados e decidir sobre a habilitação, conforme exigências fixadas;



c) Caso a Comissão de Contratação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão, sendo o julgamento publicado posteriormente;

d) Informar o resultado da habilitação;

e) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de no prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso.

f) Havendo a presença de todos os licitantes, bem como a desistência expressa dos mesmos quanto ao direito de interpor recurso, dever-se-á constar em Ata, sendo que a Comissão de Contratação dará prosseguimento ao certame.

ESTIMATIVA DA DEMANDA - QUANTIDADE DE BENS E SERVIÇOS

A presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada dos bens/produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Os serviços de publicidade, são realizados por demanda conforme informações expressas contidas no briefing, composto dos seguintes quesitos: (1) raciocínio básico, (2) estratégia de comunicação publicitária; (3) ideia criativa; e (4) estratégia de mídia e não mídia.

Portanto, não há estimativa de quantidade de itens/serviços a serem contratados. Os serviços de publicidade compreendem ao conjunto de atividades realizadas integralmente, conforme descrito no item 2 - Descrição da Necessidade, do presente ETP e no item 1 – Condições Gerais da Contratação, do Termo de Referência, que serão executadas pela empresa contratada sob demanda do órgão contratante, limitada ao valor estimado de R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais).



LEVANTAMENTO DE MERCADO

A análise de possíveis soluções para a demanda fica limitada essencialmente por questões legais, conforme argumentos elencados a seguir:

- Os serviços de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL são serviços técnicos-profissionais especializados com contratação prevista nas Leis Federais nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações); Lei nº 12.232/2010 (Lei contratação pública serviços de publicidade) e INSTRUÇÃO NORMATIVA SECOM/PR Nº 1, DE 19 DE JUNHO DE 2023 (Instrução para contratação e serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital);
- Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de PUBLICIDADE prestados por intermédio de agências de propaganda;
- Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece a adoção obrigatória da modalidade de licitação tipo: “melhor técnica” ou “técnica e preço” ;
- A licitação para a contratação de serviços de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, é prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas;
- A contratação de serviços de COMUNICAÇÃO DIGITAL por meio da licitação de serviços de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL era a prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas antes da edição da Portaria SECOM nº 8.038/2022;
- A Letra c do § 1º do art. 2º da Portaria SECOM nº 8.038/2022 estabelece a aplicação dos artigos 20-A e 20B da Lei nº 12.232, de 2010, em conjunto com a Lei nº 14.133, de 2021, para a contratação dos serviços de COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL OU DIGITAL.

Dessa maneira, estando o modelo de licitação e contratação legalmente pré-estabelecidos, conforme citado acima, foram feitos esforços no sentido de analisar as práticas recentes de outros órgãos públicos no que se refere ao tema, além de estudar possíveis implicações da Lei 14.133/2021 no processo.

As principais ações da equipe voltaram-se a:

- a) Adequar o processo licitatório ao novo contexto das plataformas de eletrônicas. Não identificamos plataformas que conseguissem permitir o julgamento das fases da licitação de publicidade.
- b) Analisar editais recentes de outros órgãos públicos:



Foram encontrados os seguintes Editais que trataram de objeto similar ao pretendido:

- CONCORRÊNCIA Nº 04/2025– MUNICIPIO DE VARZEA DA PALMA;
- CONCORRÊNCIA Nº. 006/2025– MUNICIPIO DE MONTES CLAROS
- CONCORRÊNCIA Nº 01/2024– INSTITUICAO DE COOPERACAO INTERMUNICIPAL DO MEDIO PARA OPEBA

c) Estudar a aplicação conjunta e subsidiária da Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos – NLLC); da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Portaria SECOM nº 8.038/2022;

Foi realizado um breve estudo, mapeando os impactos da NLLC no processo licitatório para contratação em tela.

Destacam-se as seguintes constatações:

- A NLLC não revoga a Lei Federal nº 12.232/2010, mantendo-se as disposições desta última como norte para a condução do processo licitatório;
- Nos pontos em que a Lei Federal nº 12.232/2010 for omissa ou fizer referências à antiga lei de licitações Lei 8666/1993, entende-se que valerão as normas da NLLC;

Assim, a Lei trará reflexos mínimos em relação ao último processo licitatório, apresentando novidades em relação a alguns elementos, dentre eles: proporção de valoração entre proposta técnica e de preços; prazo para apresentação de propostas e lances, procedimento de interposição de recurso, limite máximo de prorrogação do contrato, redução de formalidade na análise das propostas e documentos, análise de habilitação apenas do licitante vencedor.

ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

O valor estipulado como sendo parte do investimento publicitário em produção e mídia para 2025/2026 está estimado em R\$ 3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil reais), considerando o histórico de contratações dos exercícios anteriores e da atual demanda da administração.

DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar intuições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

Por se tratar de serviço especializado, em que é necessária expertise em todos os processos concernente à concepção, execução e veiculação de uma campanha publicitária, e tendo em vista que sua contratação é disciplinada por lei, a escolha do procedimento licitatório apresenta-se como melhor alternativa para o problema apresentado.

Dentre as opções previstas em lei para esse tipo de contratação, entende-se pertinente adotar a “técnica e preço”, considerando que esta corresponde aos anseios da Administração, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes, e a prática do menor preço na execução contratual, identificado e negociado com as empresas tecnicamente classificadas.

Quanto a fundamentação do tipo escolhido, 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”.

No âmbito de uma licitação do tipo “técnica e preço”, como é o caso da presente contratação de serviços de publicidade, as Propostas Técnicas a serem apresentadas pelas licitantes constituem o elemento primordial do procedimento de seleção, na medida em que é por meio delas que as agências de propaganda comprovarão a sua qualificação e expertise para atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

Dessa forma, a Proposta Técnica contempla uma série de quesitos e subquesitos a serem julgados, os quais, juntos, possibilitam a avaliação da capacidade técnica das licitantes, sendo eles:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1) Plano de Comunicação Publicitária	1) Plano de Comunicação Publicitária
	2) Estratégia de Comunicação Publicitária
	3) Ideia Criativa
	4) Estratégia de Mídia e Não Mídia
2) Capacidade de Atendimento	
3) Repertório	
4) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	



Para a Proposta de Preços deverão ser observadas as práticas de mercado, conforme estabelece o inciso V do art. 6º da Lei nº 12.232/2010, bem como as condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública estabelecida pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP).

Lado outro, de acordo com o inciso IX do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária deve ser padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

Ao estabelecer o julgamento de Planos de Comunicação Publicitária apócrifos, o inciso IV do art. 6º da Lei 12.232/2010, agregou maior lisura aos processos de contratação de serviços de publicidade, pelos órgãos e entidades do Poder Executivo, na medida em que a reputação que a licitante dispõe no mercado não irá influenciar a Subcomissão Técnica, de forma positiva ou negativa, no julgamento de sua proposta de Plano de Comunicação Publicitária.

E para promover maior objetividade ao julgamento das Propostas Técnicas e fornecer condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle, e pelas empresas concorrentes do certame, a metodologia de julgamento também determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, se adequando com as regras da Lei nº 14.133/2021 e dos incisos IV e VI do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010.

Conforme demonstra a tabela acima disposta, a presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano. Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento, que junto com os subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária, constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

Por fim, cabe salientar que as agências de propaganda também se tornam responsáveis por obter as melhores condições de negociação comerciais junto a fornecedores de bens e serviços, além dos veículos de divulgação, devendo



transferir à contratante todas as vantagens obtidas. Dessa forma, a solução também é economicamente vantajosa para o órgão.

JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

O parcelamento do serviço objeto deste estudo não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, uma vez que planejamento e execução permanecem a cargo do mesmo fornecedor. 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.

A perspectiva de administrar diversos contratos por um único funcionário para serviços que são complementares entre si, implicará em prejuízo. É prática regular do mercado a prestação dos serviços desta licitação de forma simultânea. A divisão do objeto não implicará em ampliação da competitividade, uma vez que as mesmas empresas participarão da concorrência.

A decisão de não fragmentar a execução da publicidade da Prefeitura de Brumadinho entre as agências a serem contratadas, por temática ou mesmo pela origem da demanda, considera os benefícios decorrentes para a Administração, na medida em que a não segregação estimula a competitividade entre as agências de propaganda no decorrer da execução contratual. Ou seja, o fato de ter sido vencedora em um processo licitatório bastante rigoroso, não garante à contratada a execução dos serviços e, conseqüentemente, a sua remuneração, fazendo com que a agência de propaganda ainda tenha que enfrentar uma disputa entre as demais contratadas, no âmbito dos processos de seleção interna entre as contratadas, em observância ao §4º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

Destaca-se, ainda, que a não segregação das contas publicitárias também envolve a não garantia de faturamento mínimo pelas empresas, que ainda precisam compensar financeiramente seus custos internos.

Pelo exposto, conclui-se que a contratação por preço global é a solução mais viável para a Prefeitura. A licitação em questão, se realizada de forma fragmentada, certamente trará uma série de riscos, conforme já mencionado anteriormente, motivo pelo qual decidiu-se pelo não parcelamento da solução.



RESULTADOS PRETENDIDOS

Pretende-se contratar os serviços descritos nesta solução com a melhor técnica, eficiência e com a qualidade que atenda as necessidades da Administração.

Os benefícios esperados em termos de eficácia, eficiência, efetividade e economicidade, estão voltados para as dinâmicas contratuais da prestação de serviços de publicidade, já que as agências de propaganda ficam responsáveis pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o melhor resultado no desenvolvimento das ações de comunicação publicitária, por ordem e direcionamento da Prefeitura Municipal de Brumadinho.

PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Para esta solução não há necessidade de ajustes nas instalações do órgão ou fornecimento de serviço adicional para que a contratação surta seus efeitos.

CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Para esta solução não há contratações que guardam relação/afinidade/dependência com o objeto da contratação pretendida, sejam elas já realizadas ou contratações futuras.

POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

Dada a natureza do objeto que se pretende contratar, não se verifica impactos ambientais relevantes, sendo necessário, tão somente, que a licitante atenda aos critérios dos órgãos fiscalizadores e as normas vigentes da política de sustentabilidade ambiental.

POSICIONAMENTO CONCLUSIVO / DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE



Considerando o conteúdo acima disposto, declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado na Secretaria Municipal de Governo para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da Administração, que possui em sua estrutura interna uma área técnica preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio das agências de propaganda contratadas, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

Ressalta-se, ainda, que a Prefeitura de Brumadinho observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Guilherme Moraes

SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GOVERNO