

Justificativa ao parecer técnico administrativo do departamento de compras e parecer jurídico Nº 00083/2026/GAB/PF/IFSC/PGF/AGU

Em atendimento ao parecer técnico administrativo do departamento de compras bem como ao parecer jurídico, justifica-se os seguintes ajustes:

AJUSTES DADOS NA MATRIZ DE RISCOS

A Equipe de Planejamento da Contratação justifica a inclusão dos riscos complementares de execução e desempenho técnico (R-05 a R-10), bem como a alocação de responsabilidades contratuais precípua à Agência Contratada (notadamente nos eventos de baixo desempenho, baixa efetividade comunicacional e falhas em mídia digital/programática).

Tal modelagem fundamenta-se nas diretrizes de governança por desempenho orientadas pelo Parecer Técnico-Administrativo e pelas orientações de gestão de riscos do Portal de Compras do Governo Federal. A transferência do risco operacional e reputacional das campanhas para a contratada visa garantir a eficiência do gasto público publicitário (atendimento aos KPIs) e a proteção da imagem institucional do IFSC através de mecanismos de Brand Safety, sem que isso configure ônus excessivo capaz de impactar negativamente a equação econômico-financeira do certame.

As sugestões de riscos alocadas para a empresa contratada neste momento estarão todas alocadas para a administração por uma limitação do sistema, que apenas permite que se aloque ao fornecedor no momento que soubermos o seu CNPJ, o que só ocorrerá após concluída a fase externa da licitação.

JUSTIFICATIVA TÉCNICA FORMAL DA EXIGÊNCIA REGIONAL

A modelagem da solução descrita no Termo de Referência estabelece a obrigatoriedade de a agência contratada manter, durante a execução do contrato, preposto e estrutura operacional mínima de atendimento (seja por meio de matriz, filial, sucursal ou escritório operacional) estabelecida na Região Metropolitana da Grande Florianópolis. Tal exigência fundamenta-se estritamente no Princípio da Eficiência Administrativa (art. 5º da Lei nº 14.133/2021) e na busca pela otimização dos custos públicos, amparada nos seguintes aspectos de ordem técnica e econômica.

Os serviços de publicidade institucional e de utilidade pública do IFSC (tais como campanhas de urgência para processos seletivos, matrículas e comunicados oficiais) demandam dinamismo e curtíssimo tempo de resposta. A necessidade de reuniões técnicas presenciais frequentes para alinhamento de briefings, aprovação de peças complexas e estratégias de mídia exige a pronta disponibilidade de um preposto local. A ausência de estrutura regional comprometeria o cumprimento dos prazos institucionais e a agilidade nas tomadas de decisão, gerando risco de inexecução parcial ou intempestividade das campanhas.

Além disso, há a mitigação de um ônus econômico devido ao custo de transporte, pois a eventual contratação de uma agência sem base operacional na região polo de coordenação do IFSC (Reitoria) fatalmente oneraria a execução contratual a médio e longo prazo. O deslocamento constante de equipes de criação, atendimento e diretores de contas de outras regiões ou estados implicaria em custos elevados com transporte (passagens aéreas/terrestres), hospedagem, alimentação e reembolso de despesas de viagem. Nos termos do mercado publicitário, tais custos indiretos acabam sendo repassados à Administração na composição dos preços ou mitigam a capacidade de investimento direto em veiculação de mídia. Logo, a exigência de base local resguarda a vantajosidade econômica do certame. Também a manutenção de uma central de atendimento e de profissionais instalados na Grande Florianópolis facilita a interlocução direta com os principais veículos de comunicação do estado e assegura um acompanhamento mais fidedigno da realidade sociocultural e demográfica do público-alvo do IFSC, gerando maior efetividade comunicacional.

Desta forma, demonstra-se que a exigência de estrutura local não configura barreira injustificada à competitividade, mas sim um requisito indispensável de qualificação operacional e econômica, assegurando que a futura contratada disponha de condições reais de executar o objeto sem impor atrasos operacionais ou custos adicionais indiretos ao IFSC. Cabe ressaltar que as exigências de manter estrutura na Grande Florianópolis não se caracterizam enquanto restrição à competitividade, pois o estabelecimento de tal estrutura caberá apenas à empresa contratada, e quando da assinatura do contrato e prestação do serviço, não previamente à licitação.

JUSTIFICATIVA RELATIVA A MEMÓRIA DE CÁLCULO DOS QUANTITATIVOS:

Diante de limitações sistêmicas para o detalhamento individualizado de demandas de menor vulto, a equipe técnica utilizou a metodologia da Curva ABC combinada com a análise do histórico real de execução extraído do Portal da Transparência, garantindo a previsibilidade e a economicidade dos recursos.

Classe A (Maior Impacto Orçamentário – Campanhas de Ingresso): As demandas que representam a maior fatia do orçamento — as campanhas institucionais de ingresso — foram dimensionadas de forma preditiva e detalhada no corpo deste ETP. Baseiam-se em um planejamento fixo de 02 (duas) grandes campanhas anuais, cujos escopos e pacotes de entregas são conhecidos e delimitados.

Classes B e C (Demandas Variáveis e Imprevisíveis): As demais demandas remanescentes possuem natureza intrinsecamente variável, descentralizada e de menor impacto financeiro

individual. Por se tratarem de eventos sazonais e necessidades pontuais das diversas áreas da instituição, o dimensionamento sistêmico prévio torna-se inviável.

Para suprir a limitação sistêmica de estimativa dessas demandas variáveis, adotou-se o princípio da realidade orçamentária, balizado pelo histórico de empenhos da atual fornecedora contratada (ENGENHO DE IDEIAS, CNPJ 07.895.771/0001-33) entre os exercícios de 2014 a 2026, conforme registros oficiais anexos ao processo.

A média volumétrica e financeira extraída do último exercício disponível no Painel do Orçamento Federal reflete com precisão o teto de gastos necessário para a manutenção das atividades cotidianas, sem o risco de subdimensionamento ou de sobrepreço.

JUSTIFICATIVA RELATIVA À SIMPLIFICAÇÃO DO IMR

Foi acatada parcialmente a sugestão de ampliação do IMR, com alguns ajustes para que seja mais factível a implementação.

Os indicadores de EFETIVIDADE COMUNICACIONAL E DESEMPENHO DE MÍDIA DIGITAL foram aglutinados pois guardam grande afinidade, sendo que glosas poderiam ser aplicadas de forma duplicada caso mantivéssemos em separado. O indicador sugerido de satisfação institucional, acreditamos que consiga ser parcialmente medida nos demais. Assim, optamos por não mantê-lo como um indicador isolado, pois a subjetividade poderia impactar nas medições, em que possivelmente o público alvo das campanhas de marketing não seja, na realidade, o mesmo a avaliar este índice, tornando este indicador pouco efetivo para fins de medição real do resultado.

AJUSTES FINAIS - TERMO DE REFERÊNCIA E MINUTA DE CONTRATO

Foi incluído no termo de referência informações acerca dos indicadores medidos no IMR. Na minuta de contrato, na cláusula nona que trata de medição e pagamento, foi esclarecido como será dado o “desconto de agência”, e as comprovações que precisam ser entregues pela empresa para melhor aferição dos serviços prestados relativamente à mídias digitais.

Florianópolis, 16/06/2026

Juliana Vieira de Lima

Coordenadora de Licitações