

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR SMCT Nº 21/2026**Sumário**

1 – Informações Gerais.....	2
2 – Problema a ser resolvido e solução através da contratação	4
3 – Previsão no Plano de Contratações:	4
4 – Requisitos da Contratação	4
5 – Quantidades:	6
6 – Levantamento de Mercado, Alternativas e Escolha da Solução:	13
7 – Estimativa do Valor e Publicidade do Orçamento:	14
8 – Descrição do restante da Solução, manutenção e assistência técnica:	21
9 – Justificativa para Parcelamento ou Adjudicação Conjunta:	22
10 – Contratações Correlatas ou Interdependentes:	22
11 – Possíveis Impactos Ambientais e Medidas Mitigadoras:.....	22
12 – Justificativa em cumprimento ao art. 18, §2º da Lei Federal nº 14.133, de 2021.	23
13 – Posicionamento Conclusivo:	23

1 – Informações Gerais**Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SMCT**

Área solicitante: Gabinete da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo

Equipe responsável pela elaboração:

Lidiane Marques da Costa Dutra (cultmercado@ uberlandia.mg.gov.br)

Jaqueline Parreira Martins (jaquelinemartins@uberlandia.mg.gov.br)

Descrição da necessidade da contratação:

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo tem por finalidade fomentar a cultura com ações e metas consistentes e eficazes que promovam a defesa e a valorização do patrimônio cultural, incentivar a produção e a difusão de bens culturais, estimular a formação de pessoal qualificado para gestão da cultura em suas múltiplas dimensões, a democratização do acesso aos bens culturais, ao respeito às diretrizes e manifestações locais, resguardando a autonomia de suas políticas, competindo, especialmente, a promoção da garantia do cumprimento das finalidades do Mercado Municipal, consolidando-o como ponto cultural e turístico do Município.

De acordo com a Estrutura Organizacional da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo o Mercado Municipal de Uberlândia figura como unidade administrativa desta pasta, o qual tem por finalidade, a disponibilização de espaços comerciais e culturais para prestação de serviços, venda de produtos alimentícios, bebidas e artesanato típicos da cultura local, bem como para a realização de atividades e projetos culturais institucionais e da comunidade, compatíveis com a sua estrutura física e material.

Destarte, o Mercado Municipal é regido pela legislação própria, decorrente da Lei

Municipal nº 10.622 de 2010 que dispõe sobre o funcionamento e a utilização dos espaços público e comerciais, bem como possui um regimento interno instituído pelo Decreto Municipal nº 12.807 de 2011.

Desse modo, o Mercado Municipal é constituído por bancas, boxes, Galeria de Arte, Teatro de Bolso e praça de eventos, ficando instituída a permissão de uso como forma de utilização dos espaços comerciais existentes, na forma do §2º do art. 99 da Lei Orgânica do Município de Uberlândia, outorgada pelo prazo de 10 anos.

Nos termos do art. 8º da Lei Municipal nº 10.622 de 2010 os espaços comerciais vagos serão objetos de licitação por intermédio da modalidade concorrência pública, a ser realizada pela SMCT, observados os ramos de atividade a eles destinados, visando a outorga da permissão de uso nos termos da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações (revogada pela Lei Federal nº 14.133, de 2021) e do ordenamento municipal atinente.

A licitação para outorga de permissão de uso de espaço comercial do Mercado Municipal será realizada pelo critério de melhor técnica, assim considerada a proposta que apresentar projeto de implantação que mais se adeque ao interesse público, em consonância com o edital de licitação a ser elaborado de acordo com as condições impostas pela Administração Pública, do qual conterà critérios para exploração dos espaços comerciais do Mercado Municipal.

O Mercado Municipal conta com 33 espaços comerciais e as vagas existentes surgem por diversos motivos, tais como: em razão do término do prazo permitido para uso, desistência do permissionário durante o lapso da permissão ou revogação unilateral por parte da Administração em virtude de descumprimento do regimento interno.

2 – Problema a ser resolvido e solução através da contratação

Considerando a proximidade do término do prazo permitido para uso do box nº 49 enseja-se a vacância de novo espaço comercial, fazendo-se necessária a abertura da licitação para ocupação do box vago.

3 – Previsão no Plano de Contratações:

A contratação está autorizada e alinhada com os propósitos de desenvolvimento do Município, todavia, tendo em vista que o Plano de Contratações Anual ainda não é obrigatório por força do art. 38, parágrafo único do Decreto Municipal nº 20.154/2023, a presente contratação não foi prevista.

Ademais, a presente licitação não possui natureza de contratação propriamente dita, em que há dispêndio de recursos pela Secretaria, mas de um procedimento que deve ser realizado nos ditames da Lei de Licitações para disciplinar a concorrência e garantir a isonomia entre os concorrentes.

4 – Requisitos da Contratação:

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo disporá dos critérios, a serem elencados nos anexos ao Termo de Referência, que conterão: a relação das vagas, descrição do box e ramos de atividades permitidos. Além disso, serão considerados 4 critérios de pontuação e julgamento que as empresas deverão observar para concorrerem, sendo:

- Primeiro Critério: Seleção de empresa, de acordo com os ramos de atividades específicos, que mais se adequem ao perfil do Mercado Municipal e ao interesse público, obtendo pontuação diferenciada entre si. A definição dos critérios de pontuação para os ramos de atividade levou em consideração o grau de aderência de cada segmento à dinâmica de funcionamento do Mercado Municipal, seu potencial de integração com os demais permissionários e sua contribuição para o fortalecimento da economia local. Dessa forma, ficam classificados como primeira opção para o Box 49 com 10 pontos: Restaurante; segunda opção com 6 pontos: Pizzaria e terceira opção a atividade de Hamburgueria atribuída com 4 pontos. A distinção de notas em função do ramo de atividade baseia-se em razões culturais, históricas, econômicas e no apelo turístico levando em consideração a representatividade cultural e a identidade local. A definição do ramo de atividade como restaurante visa ampliar a competitividade do certame e proporcionar maior diversidade gastronômica aos frequentadores do Mercado Municipal. A atividade apresenta potencial para atrair diferentes perfis de consumidores, aumentar o fluxo de visitantes e contribuir para a dinamização econômica do espaço. Além disso, os restaurantes tendem a manter relação de complementaridade com os demais estabelecimentos do Mercado, considerando a setorização por ramos de atividades existente no local, o que reforça sua integração ao ambiente e contribui para o fortalecimento do Mercado Municipal como espaço de convivência, gastronomia, cultura e turismo. No que se refere à atividade de pizzaria, esta se caracteriza por sua ampla aceitação pelo público e elevado potencial de atratividade, contribuindo para a diversificação da oferta gastronômica e para o aumento do fluxo de visitantes em diferentes horários de funcionamento. Trata-se de segmento consolidado no mercado, com forte apelo de consumo

familiar e social, favorecendo a permanência dos frequentadores por períodos mais longos e contribuindo para a dinamização econômica do espaço.

A hamburgueria, por sua vez, representa segmento igualmente consolidado e de grande popularidade, especialmente entre o público jovem e famílias, agregando valor à experiência gastronômica do Mercado Municipal. Sua presença contribui para ampliar o leque de opções alimentares disponíveis, estimular a circulação de pessoas e reforçar o caráter do Mercado como ambiente de convivência, lazer e gastronomia. Ressalta-se que as atividades, embora distintas em suas propostas culinárias, possuem relevante potencial de dinamização do espaço público, contribuindo para a atratividade, diversidade de consumo e fortalecimento do Mercado Municipal como polo gastronômico e turístico.

- Segundo Critério: Qualificação – tempo de experiência do interessado no ramo de atividade comercial que pretende explorar, de acordo com o estabelecido no primeiro critério. Vale dizer que este tópico aborda a relevância da experiência da empresa para que se analise a expertise da mesma, no ramo que se pretende atuar, o que impacta no seu sucesso e sustentabilidade. Ademais, revela-se alguns pontos importantes para a atuação empresarial no Mercado Municipal tais como: 1. **Conhecimento do Mercado:** Empresas experientes possuem um entendimento profundo do mercado em que atuam, incluindo tendências, comportamento dos consumidores, concorrência e regulamentações. Isso permite uma melhor adaptação às mudanças e aproveitamento de oportunidades. 2. **Credibilidade e Reputação:** A experiência no setor ajuda a construir uma reputação sólida e com credibilidade. Clientes, fornecedores e parceiros tendem a confiar mais em uma empresa com histórico comprovado, o que pode facilitar negociações e colaborações. 3. **Eficiência Operacional:** Empresas com experiência desenvolvem processos e práticas que aumentam a eficiência, reduzem custos e melhoram a qualidade dos produtos ou serviços. Isso é fruto de aprendizados acumulados ao longo do tempo. 4. **Resolução de**

Problemas: A experiência traz consigo a capacidade de identificar e solucionar problemas de forma mais eficaz. Empresas que já enfrentaram desafios similares no passado estão mais preparadas para lidar com crises e imprevistos. **5. Inovação e Adaptação:** Empresas experientes conseguem inovar com mais segurança, pois têm um conhecimento mais sólido das necessidades do mercado e dos riscos envolvidos. Além disso, elas são mais capazes de se adaptar a novas tecnologias e mudanças nas preferências dos consumidores. **6. Vantagem Competitiva:** A experiência pode ser um diferencial competitivo. Empresas que conhecem bem o setor tendem a estar um passo à frente dos concorrentes, antecipando tendências e evitando erros comuns que empresas novas podem cometer. **7. Relacionamento com Clientes e Fornecedores:** Empresas com longa trajetória têm relacionamentos estabelecidos e sólidos com clientes e fornecedores, o que pode resultar no aumento de consumidores para o Mercado Municipal.

- Terceiro Critério: O Plano de Negócios consiste em um roteiro com formulação de perguntas, a respeito do empreendimento proposto pela empresa e o que se espera dela no Mercado Municipal, descrevendo os objetivos do negócio e quais passos devem ser dados para que esses sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. É a consolidação de uma ideia de forma efetiva, criativa e inovadora, de forma a analisar a viabilidade de instalação do negócio;
- Quarto Critério - Análise das redes sociais e endereços eletrônicos de propriedade das empresas. Nesta abordagem o intuito é verificar a performance da empresa no mercado, seu histórico de sucesso, nível de engajamento e comprometimento com os clientes, mediante a qualidade dos produtos apresentados, de forma que conseguirá entregar um resultado satisfatório aos frequentadores do local e alinhado com os valores do Mercado Municipal. Este critério avaliará em suma: 1. **Imagem e Reputação da Marca:** As redes sociais são um reflexo da imagem que a empresa quer passar ao público. Uma análise cuidadosa ajuda a garantir que a empresa esteja sendo vista de forma positiva. Comentários, avaliações e

menções nas redes sociais podem influenciar a percepção dos consumidores.

2. **Interação com o Público:** As redes sociais oferecem uma plataforma direta de comunicação com os clientes. Analisar a forma como a empresa interage com o público, responde a críticas e sugestões, e engaja os seguidores pode revelar muito sobre a qualidade do atendimento ao cliente e a fidelização. 3. **Tendências e Preferências dos Consumidores:** As redes sociais são uma rica fonte de dados sobre o que os consumidores estão buscando. A análise dessas informações pode ajudar a empresa a identificar tendências emergentes, ajustar seu cardápio, lançar novos produtos ou campanhas promocionais que atendam às demandas do público. 4. **Estratégias de Marketing e Publicidade:** Analisar a performance das campanhas publicitárias e de marketing nas redes sociais permite verificar estratégias para aumentar o alcance e a eficácia da empresa, mediante a conexão e fidelização da mesma com seus clientes, ao mesmo tempo em que permite visualizar o que está funcionando ou não no mercado. 5. **Expansão e Crescimento:** A análise das redes sociais pode indicar novas oportunidades de mercado, parcerias ou lançamento de novos produtos. Essa análise pode, portanto, ser um guia para o crescimento sustentável e comercial da empresa, impactando positivamente no aumento de clientes e visitas ao espaço do Mercado Municipal,

Portanto, a análise das redes sociais é uma ferramenta estratégica essencial para empresas no ramo de alimentação, ajudando a construir uma marca forte, entender o mercado e os consumidores, e adaptar-se aos valores institucionais do Mercado Municipal e da Secretaria de Cultura e Turismo, que possui a finalidade de democratizar o acesso da população aos bens culturais, resguardando o patrimônio cultural tombado, de forma a criar oportunidades e geração de renda, corroborando com o fomento à cultura e o turismo no Município de Uberlândia.

5 – Quantidades:

Relação da vaga existente, conforme ramo de atividades:

BOX	RAMO DE ATIVIDADE A SER LICITADO	M ² INTERNA	M ² EXTERNA
49	Restaurante Ou Pizzaria Ou Hamburgueria	144,51 m ²	73,24m ²

Prospecção de Soluções

6 – Levantamento de Mercado, Alternativas e Escolha da Solução:

Considerando que o Mercado Municipal possui legislação específica, qual seja, a Lei Municipal nº 10.622/2010, a mesma determina em seu art. 8º que os espaços comerciais vagos serão objetos de licitação, senão vejamos:

Art. 8º Os espaços comerciais vagos serão objetos de licitação por intermédio da modalidade concorrência pública, a ser realizada pelo órgão municipal competente, observados os ramos de atividade a eles destinados, visando a outorga da permissão de uso nos termos da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e do ordenamento municipal atinente.

(...)

§ 2º A licitação para outorga de permissão de uso de espaço comercial do Mercado Municipal será realizada pelo critério de melhor técnica, assim considerada a proposta que apresentar projeto de implantação que mais se adeque ao interesse público, sendo permitida a realização de sorteio em caso de empate.

Dessa forma, o levantamento de mercado, alternativas e escolha da solução não é passível de aplicabilidade, tendo em vista a especificidade e vinculação legal ao modelo de operação e preenchimento das vagas, não restando outras possibilidades de estudos mais heterogêneos.

7 – Estimativa do Valor e Publicidade do Orçamento:

A presente licitação é uma forma de outorga de permissão de uso, para terceiros, dos espaços comerciais vagos do Mercado Municipal, com fundamento no art. 99 da Lei Orgânica e art. 6º da Lei nº 10.622/2010.

A permissão de uso em destaque é outorgada a título remunerado, possuindo a natureza jurídica de preço público, no qual é fixado por Decreto, de acordo com a metragem de cada

área permitida, cobrado mensalmente por meio da emissão de um Documento de Arrecadação Municipal – DAM.

A modalidade a ser instrumentalizada originará receita mensal total ao Fundo Municipal de Cultura no valor de **R\$ 5.718,93** (cinco mil setecentos e dezoito reais e noventa e três centavos), sendo **R\$ 5.078,08** (cinco mil e setenta e oito reais e oito centavos) correspondente à área interna e **R\$ 640,85** (seiscentos e quarenta reais e oitenta e cinco centavos) correspondente à área externa.

Dessa forma, a receita global anual estimada para o referido box será de **R\$ 68.627,16** (sessenta e oito mil seiscentos e vinte e sete reais e dezesseis centavos).

Detalhamento da Solução Escolhida

8 – Descrição do restante da Solução, manutenção e assistência técnica:

O presente estudo elege como melhor solução aquela prevista na Lei 10.622/2010, tal como a licitação na modalidade Concorrência Pública, do tipo melhor técnica.

9 – Justificativa para Parcelamento ou Adjudicação Conjunta:

Não é cabível o parcelamento do objeto, tendo em vista que é conferido a cada box do Mercado Municipal apenas uma permissão de uso, para que seja explorado comercialmente por um ramo de atividade. Portanto não há pluralidade de ramos de atividades e de empresas para um mesmo box, cada qual é estabelecido de forma individualizada e indivisível.

10 – Contratações Correlatas ou Interdependentes:

Com relação às contratações correlatas e/ou interdependentes no que tange ao presente objeto da contratação, a SMCT já promoveu diversas licitações de ocupação dos boxes vagos no Mercado Municipal, tais como: 646/2015, 482/2018, 392/2013, 444/2014, 646/2015, 55/2016, 482/2018, 168/2019, 468/2021, 41/2022, 756/2022, 549/2023, 525/2024, 324/2025 e 515/2025.

11 – Possíveis Impactos Ambientais e Medidas Mitigadoras:

A contratação em questão pode causar impactos ambientais, uma vez que incidem critérios de sustentabilidade na execução dos serviços e fornecimentos decorrentes. Avaliando a incidência no caso concreto, é preciso tomar as devidas precauções que são aplicáveis às condições afetas ao desenvolvimento nacional sustentável, como:

- **Emissões Atmosféricas e Ruído:**

- **Impacto:** Processos industriais, como cozimento e fritura, podem gerar emissões atmosféricas (fumaça, vapores, odores) e ruído que afetam a qualidade do ar e o ambiente sonoro.
- **Mitigação:** Instalar sistemas de filtragem de ar, como filtros de partículas e controladores de odor, e adotar tecnologias para reduzir o ruído, como isolamentos acústicos.

- **Resíduos Sólidos:**

- **Impacto:** A produção alimentícia gera resíduos, como restos de comida, embalagens e resíduos orgânicos, que precisam ser geridos adequadamente para evitar contaminação e proliferação de pragas.
- **Mitigação:** Descartar os resíduos sólidos em ambiente adequado, projetado e instalado no Mercado Municipal.

De acordo com o art.14 do Regimento do Mercado Municipal, instituído pelo Decreto nº 12.807/2011 os permissionários ficam obrigados a cumprir a legislação sanitária vigente, devendo os boxes, bancas, outros locais específicos e áreas adjacentes do Mercado Municipal serem mantidos em boas condições de uso, higiene e limpeza, utilizando-se o material necessário para tal fim, inclusive recipientes para depósitos de lixo ou sobras.

Nos termos do art. 25 do referido regimento o lixo resultante da limpeza dos espaços comerciais deverá ser transportado pelos próprios permissionários ao local destinado a esse fim, segundo determinações da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, sendo proibido varrer para as ruas ou passagens, lixo de qualquer espécie.

- **Mudança na Paisagem Urbana e Impacto Cultural:**

- **Impacto:** Alterações na arquitetura ou uso do imóvel podem descaracterizar a paisagem urbana e comprometer o valor histórico e cultural do bem tombado.
- **Mitigação:** Manter as características arquitetônicas originais, seguindo as diretrizes de preservação patrimonial. Todos os projetos de intervenção física no Mercado e em seu entorno deverão ser acompanhados de parecer emitido pelo Conselho Municipal do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Cultural de Uberlândia - COMPHAC, previamente solicitado à Secretaria de Cultura e Turismo.

Outrossim, em conformidade com o art. 32 do Decreto supracitado os boxes, bancas e outros locais específicos do Mercado não poderão sofrer alterações ou modificações em suas disposições e estruturas, podendo a Administração autorizar a requerimento do permissionário, e às expensas deste, alterações que não sejam prejudiciais à segurança e à

estética do prédio, em conformidade com as restrições a ele impostas em seu ato de tombamento, obedecidas as normas técnicas expedidas pela SMCT.

Conclusão

12 – Justificativa em cumprimento ao art. 18, §2º da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

O planejamento do objeto desta licitação, zelou pela descrição clara, precisa e suficiente dos objetos pretendidos. A descrição foi elaborada com base nas necessidades reais desse órgão para o melhor interesse público.

Foram evitadas especificações que favoreçam quaisquer licitantes em detrimento de outros e em nenhum momento foi estipulada marca, características exclusivas, procedências ou quaisquer outras referências que poderiam limitar ou frustrar o caráter competitivo desta licitação.

A especificação adotada busca garantir o atendimento das finalidades essenciais da SMCT e do Mercado Municipal sem restringir a ampla participação de interessados.

Portanto, os elementos opcionais que não foram contemplados neste estudo foram dispensados por não se adequarem ao caso concreto, conforme permissivo do art. 18, §2º da Lei Federal nº 14.133, de 2021.

13 – Posicionamento Conclusivo:

A partir do presente Estudo Técnico Preliminar, considerando a análise das alternativas, atendimento das necessidades elencadas pela área requisitante e os demais aspectos normativos, CONCLUI pela VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO, uma vez considerados os seus potenciais benefícios em termos de eficácia, eficiência e efetividade.

Responsáveis:

JACQUELINE PARREIRA MARTINS
Diretora Jurídica

Aprovação:

Uberlândia, (data da assinatura digital)

MÔNICA DEBS DINIZ
Secretária Municipal de Cultura e Turismo

Nome Arquivo: ETP SMCT Nº 21-2026- Outorga dos espaços comerciais do Mercado Municipal.pdf

Documento assinado de forma digital por Jaqueline Parreira Martins

Certificado: **95addcbb***596db8b3**8f6e0*****b445f**

Data: 17/06/2026 16:34:19

Documento assinado de forma digital por Mônica Debs Diniz

Certificado: **IBljANBg***wdBTdDP+**+b1hC*****DAQAB**

Data: 17/06/2026 17:09:43



20261386509DIJUR

Nome Arquivo: Anexo III - Estudo Técnico Preliminar CP 314 - 2026.pdf

Documento assinado de forma digital por Mônica Debs Diniz

Certificado: **IBljANBg***wDBTdDP+**+b1hC*****DAQAB**

Data: 30/07/2026 10:47:58



20261423757DC