

Estudo Técnico Preliminar 23/2024

1. Informações Básicas

Número do processo: 48051.001382/2024-03

2. Descrição da necessidade

Do Objetivo

O presente estudo preliminar se refere à análise de viabilidade do patrocínio da Agência Nacional de Mineração (ANM) à Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro – ADIMB, que detém exclusividade e configura-se como coordenadora e única responsável pelo Estande 1303, que compreenderá o Pavilhão Brasileiro da *Prospectors & Developers Association of Canada's International Convention, Trade Show and Investors*, que será realizada de 3 a 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá.

Logo, descreve-se abaixo o alinhamento da demanda da ANM com o investimento ora pretendido.

Da Fundamentação Legal

O presente planejamento de ação de patrocínio tem fundamento na Instrução Normativa SECOM /PR n. 2, de 23 de dezembro de 2019, que disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares.

Da Justificativa e Objetivo da Contratação

Desde 2004 o Brasil tem sido participante frequente do evento Convenção do PDAC - *International Convention Trade Show & Investors Exchange*, contando sempre com a parceria de executivos e profissionais de empresas de mineração patrocinadoras, entidades do setor mineral (Instituto Brasileiro de Mineração - IBRAM; Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa Mineral - ABPM), e autoridades do Governo Federal.

Entre os dias 3 e 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá, ocorrerá, sob a coordenação da Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro (ADIMB), a Missão Brasileira à 92ª edição da Convenção do PDAC 2024 - *International Convention Trade Show & Investors Exchange*.

Nesta convenção, que historicamente tem tido a participação na ordem de 30.000 profissionais de mais de 130 países, serão apresentadas e debatidas as tendências, perspectivas e desafios da pesquisa mineral e mineração em escala mundial.

A convenção configura uma oportunidade privilegiada para o posicionamento da marca da ANM junto ao público presente, em particular, para divulgação das diversas ações desenvolvidas por esta Agência.

Do Alinhamento do Patrocínio com os Objetivos Estratégicos da ANM

A Lei n. 13.575, de 26 de dezembro de 2017, estabelece, dentre outras atribuições, que compete à Agência Nacional de Mineração (ANM) fomentar o desenvolvimento da mineração, elaborando informações e estatísticas, além de manter o acompanhamento do setor, com o objetivo de estabelecer diretrizes para sua atuação.

Nesse sentido, o Plano Estratégico da ANM (Anexo I, p. 6) define que a identidade organizacional da ANM é composta pelos direcionadores estratégicos definidos na missão, na visão e nos valores da instituição.

Missão da ANM

Promover o acesso e uso racional dos recursos minerais, gerando riquezas e bem-estar para a sociedade.

Na Visão idealizada no Plano Estratégico da ANM (Anexo I, p. 6), destaca-se a pretensão institucional de ser reconhecida, até 2030, como “*agente na transformação do setor mineral para o desenvolvimento econômico e social do país, atuando de forma integrada, ética e colaborativa*”.

Já os valores da ANM definem os norteadores para tomada de decisão (*Autonomia, Cooperação, Excelência Técnica, Transparência, Inovação e Integridade*).

Nessa linha, o Plano Estratégico da ANM, ao definir a Cadeia de Valor (Anexo I, p. 7), deixa claro que a “Comunicação e Relações com a Sociedade” é um macroprocesso fundamental para o cumprimento da visão sistêmica da instituição.

Diante do exposto, o Mapa Estratégico ANM (Anexo I, p. 8) define como um dos objetivos estratégicos o fomento à uma cultura colaborativa, que decorre do investimento e do incentivo à integração dos públicos internos da ANM com os públicos externos, com o intuito de assegurar o alinhamento do crescimento e das ações colaborativa.

Nesse ponto, ao analisar a Lei que criou a ANM e o Plano Estratégico da Instituição (SEI n. Anexo I), nota-se a relevante preocupação na promoção e no apoio às ações que reforcem a Identidade ANM.

Para isso, torna-se imperioso investimentos na promoção da identidade corporativa da Agência (ANM), com a finalidade de garantir o cumprimento de sua Missão Institucional.

Do Alinhamento do Patrocínio com o Plano Estratégico de Comunicação da ANM

As ações de patrocínios estão diretamente alinhadas ao Plano Tático e Operacional de Gestão da Comunicação Institucional previstos no Plano Estratégico de Comunicação da ANM, conforme destacado no fragmento abaixo (nosso grifo):

Plano Estratégico de Comunicação da ANM

(...)

9. PLANO TÁTICO E OPERACIONAL

(...)

Gestão da Comunicação Institucional

A **Gestão da Comunicação Institucional** visa proporcionar as bases para **posicionar** a Agência Nacional de Mineração **como instituição** que se orienta pelo propósito de

promover o acesso e uso racional dos recursos minerais, gerando riquezas e bem-estar para a sociedade. **É o processo voltado para as questões relacionadas à gestão estratégica das relações junto aos seus públicos estratégicos**, à construção de imagem e à identidade da Agência, tendo como **objetivo consolidar e manter a imagem da instituição**. As atividades previstas neste processo são a base de todos os demais e oferecem as referências e argumentos que sustentam o relacionamento da ANM com todos seus públicos estratégicos – apoiados nuclearmente pelo processo de gestão de conteúdo. O processo prevê as atividades discriminadas abaixo:

- Diagnóstico e Matriz Estratégica;
- Percepção de Imagem;
- Mapa de influenciadores;
- Publicidade institucional, campanhas, feiras e eventos;
- Meios, ações de relacionamento e fóruns de interlocução;
- Identidade visual (branding) e discursiva;
- Ações de apoio institucional;
- Representação institucional
- Mailing estratégico (público institucional);
- Gestão de crises e situações críticas.

Evento institucional: ação de comunicação com a finalidade de formar, informar ou mobilizar públicos específicos, contribuindo para promoção da transparência e para a consolidação de uma imagem positiva das ações e das políticas institucionais da ANM.

Apoio institucional: apoio dado pela Agência a ações de comunicação ou a eventos de outras organizações públicas ou privadas visando ao fortalecimento da imagem da ANM.

Campanhas institucionais: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação planejados e executados com o objetivo de consolidar a imagem institucional, incentivar o desenvolvimento institucional ou prestar informações de utilidade pública a uma audiência ampla/abrangente.

Representação institucional: participação da Diretoria Colegiada e das lideranças em ação de interesse institucional, na qualidade de representante da ANM, por razões de conveniência e oportunidade, expressando posicionamento oficial da Agência;

Marca ANM: marca que identifica a Agência. Envolve desde os aspectos relacionados às questões gráficas e apresentação visual, e que sobretudo reflita os propósitos, a identidade estratégica, posicionamentos

Desta forma, fica evidente o fiel alinhamento entre os planos estratégicos da ANM com ações de patrocínio relacionadas à participação da ANM na Delegação Brasileira que participará da *Prospectors & Developers Association of Canada's International Convention, Trade Show and Investors*, de 3 a 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá.

Do Proponente

A Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro – ADIMB, criada em 1996 é uma entidade privada, sem fins lucrativos, com autonomia administrativa, técnica e financeira. É uma associação de empresas e instituições do setor mineral, com a missão de promover o desenvolvimento técnico-científico e a capacitação de recursos humanos para a indústria mineral brasileira.

A Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro – ADIMB detém exclusividade e configura-se como coordenadora e única responsável pelo Estande 1303, que compreenderá o Pavilhão Brasileiro da *Prospectors & Developers Association of Canada's International Convention, Trade Show and Investors*, que será realizada de 3 a 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá (Anexo IV e V).

Do Projeto Patrocinado

A ANM, por intermédio da Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro – ADIMB, pretende patrocinar, sob condição de contrapartida, o Pavilhão Brasileiro da *Prospectors & Developers Association of Canada's International Convention, Trade Show and Investors*, que será realizada de 3 a 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá.

Proposta de Patrocínio oferecida à ANM: R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) (Anexos VI e VII).

Das Contrapartidas

A obrigação contratual do proponente/patrocinado, em decorrência do patrocínio recebido, será definida na “descrição da solução como um todo”, item 6. deste documento.

Do Contrato de Patrocínio

Será pactuado entre a ANM e o Proponente um Contrato de Patrocínio, que constitui um instrumento jurídico para formalização de acordo, condições e termos estabelecidos entre patrocinador e patrocinado, que descreve os direitos e as obrigações entre as partes, em decorrência de um patrocínio.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria de Comunicação Institucional	Maria José Rodrigues de Souza

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

Dos Requisitos da Contratação

I - Respeitar todas as regras, disposições, condições e determinações pertinentes às contrapartidas a serem prestadas.

II - Comprovar o cumprimento das contrapartidas dispostas no Item 6: Descrição da solução como um todo.

III - Assumir, objetivamente, inteira responsabilidade civil e administrativa pela execução dos serviços, correndo por sua conta os ônus inerentes ao serviço prestado, tais como: deslocamento de técnicos, diárias, hospedagem, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, tributos, taxas, licenças, férias e documentos concernentes ao contrato, inclusive seguros contra acidentes de trabalho, bem como de indenizar todos e quaisquer danos/prejuízos causados a terceiros, voluntária ou involuntariamente, ocorridos por culpa sua ou de qualquer de seus empregados ou prepostos, durante e/ou em consequência da execução dos serviços contratados, providenciando imediata reparação dos danos ou prejuízos impostos ao Patrocinador ou a terceiros, inclusive, se houver, despesas com custas judiciais e honorários advocatícios.

IV - Sujeitar-se à ampla e irrestrita fiscalização, prestando todos os esclarecimentos solicitados e atendendo às reclamações formuladas.

V - Manter a supervisão permanente dos serviços, de modo a obter uma operação correta e eficaz, além de atender prontamente quaisquer exigências da ANM inerentes ao objeto dentro dos padrões de qualidade exigidos.

VI - Comunicar, por escrito e imediatamente, a impossibilidade de execução de qualquer obrigação contratual, para a adoção das providências cabíveis.

VII - Fornecer, na forma solicitada pela ANM, a nota fiscal/fatura para pagamento.

VIII - Designar 1 (um) representante, informando nome, telefone, endereço e e-mail, como responsável pelo acompanhamento do Contrato de Patrocínio junto à ANM.

IX - Respeitar os direitos sociais previstos nos artigos 6º a 11º da Constituição Federal, mormente as restrições quanto ao trabalho infantil e ao uso de mão de obra em condições análogas à de escravo.

X - Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

XI - Apresentar, antes da assinatura do Contrato de Patrocínio, declaração formal de que está adimplente com exigências contratuais de eventual patrocínio anterior celebrado com órgão ou entidade da administração pública federal.

XII - Declaração do proponente de que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação das contrapartidas.

5. Levantamento de Mercado

Levando em consideração os requisitos listados no tópico anterior, foi realizado levantamento de mercado, valendo-se de contratações anteriores feitas pela ANM e por outros órgãos vinculados ao Ministério de Minas e Energia.

Identificou-se que a ANM e a CPMR, já participaram (Anexo II), na qualidade de patrocinadoras da Delegação Brasileira, da Convenção Anual da *Prospectors and Developers Association of Canada* (PDAC).

Esta solução se demonstrou historicamente vantajosa dado que o público-alvo da convenção internacional é o diretamente atendido pela ANM.

6. Descrição da solução como um todo

Descrição da Solução

Assinatura do Contrato: até o dia 29 de fevereiro de 2024.

Data da Realização da Convenção: 3 e 6 de março de 2024.

Contrapartidas

Contrapartidas de Imagem - Mídia e Redes Sociais:

- Divulgação da marca do Governo Federal sempre a acompanhada da marca da ANM (patrocinador). A aplicação das marcas governamentais deverá observar as orientações constantes do manual de uso da marca do Governo Federal;
- Citação do nome da ANM como patrocinador pelo mestre-de-cerimônias na abertura e no encerramento do evento;
- Apresentação da instituição apoiadora no seminário BRAZILIAN MINING DAY 2024;
- Maior nível de prioridade para reserva de sala para reuniões bilaterais no BRASIL PAVILION (marcar com antecedência);
- Divulgação da logomarca da instituição apoiadora (maior nível de destaque), no website do BRASIL PDAC 2024;
- Aplicação da logomarca da instituição apoiadora (maior nível de destaque), em todos os materiais gráficos do BRASIL PDAC 2024;
- Distribuição preferencial de até 2 (duas) publicações promocionais (com até 8 (oito) páginas, formato A4 e 2 (dois) brindes da instituição apoiadora pela equipe do BRASIL PAVILION e nos displays de brochura (material deve ser fornecido pela instituição);
- Transmissão de 2 (dois) vídeos institucionais de até 5 (cinco) minutos cada nas telas de LED instaladas no BRASIL PAVILION (material deve ser fornecido pela instituição);
- Projeção individualizada com o maior destaque da logomarca da instituição apoiadora no início e no final do Seminário BRAZILIAN MINING DAY 2024.

Contrapartidas Negociais:

- 4 (quatro) credenciais "ALL ACCESS", incluindo todo o material da convenção e 5 (cinco) credenciais "EXHIBITOR";
- 5 (cinco) cortesias para o coquetel de boas-vindas da Delegação Brasileira.

Da Classificação dos Serviços e da Seleção do Fornecedor

A presente ação de patrocínio se trata de serviço comum não continuado e será pactuada mediante Contrato de Patrocínio, enquadrando-se como Contratação Direta decorrente de inexigibilidade de licitação nos termos do inc. I, do art. 74, da Lei n. 14.133/2021.

A inviabilidade de competição é evidente, uma vez que a ADIMB é representante exclusivo, conforme demonstrado nos anexos IV e V deste estudo preliminar.

Os serviços a serem contratados se enquadram como as atividades materiais acessórias, instrumentais ou complementares aos assuntos que constituam área de competência legal da ANM.

Os serviços a serem contratados se enquadram nos pressupostos do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018, não se constituindo em quaisquer das atividades, previstas no art. 3º do aludido decreto, cuja execução indireta é vedada.

A seleção do projeto dar-se-á mediante escolha direta, nos termos do parágrafo único, do art. 7º da Instrução Normativa SECOM n. 2, de 23 de dezembro de 2019, a ser fundamentada pela Assessoria Parlamentar e de Comunicação Social da ANM.

Da Contratação e do Pagamento

Para contratação e pagamento do patrocinado, o patrocinador exigirá a apresentação de documentos de habilitação jurídica e de regularidade fiscal.

O patrocinador deverá, ainda, exigir do patrocinado, como condição para contratação, declaração formal de que está adimplente com exigências contratuais de eventuais patrocínios anteriores firmados com órgãos ou entidades do SICOM.

Da Prestação de Contas

Para prestação de contas do direito de associação de marca, o patrocinador exigirá do patrocinado, exclusivamente, a comprovação da realização da ação patrocinada e das contrapartidas previstas no contrato.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

A presente contratação se trata de projeto de patrocínio à luz da Instrução Normativa SECOM n. 2, de 23 de dezembro de 2019. Devido a isso, as quantidades a serem contratadas se equivalem, por analogia, às contrapartidas decorrentes da obrigação contratual do patrocinado em decorrência do patrocínio.

Listam-se abaixo as contrapartidas a serem pactuadas em contrato de patrocínio:

Contrapartidas de Imagem - Mídia e Redes Sociais:

- Divulgação da marca do Governo Federal sempre acompanhada da marca da ANM (patrocinador). A aplicação das marcas governamentais deverá observar as orientações constantes do manual de uso da marca do Governo Federal;
- Citação do nome da ANM como patrocinador pelo mestre-de-cerimônias na abertura e no encerramento do evento;
- Apresentação da instituição apoiadora no seminário BRAZILIAN MINING DAY 2024;
- Maior nível de prioridade para reserva de sala para reuniões bilaterais no BRASIL PAVILION (marcar com antecedência);
- Divulgação da logomarca da instituição apoiadora (maior nível de destaque), no website do BRASIL PDAC 2024;
- Aplicação da logomarca da instituição apoiadora (maior nível de destaque), em todos os materiais gráficos do BRASIL PDAC 2024;
- Distribuição preferencial de até 2 (duas) publicações promocionais (com até 8 (oito) páginas, formato A4 e 2 (dois) brindes da instituição apoiadora pela equipe do BRASIL PAVILION e nos displays de brochura (material deve ser fornecido pela instituição);

- Transmissão de 2 (dois) vídeos institucionais de até 5 (cinco) minutos cada nas telas de LED instaladas no BRASIL PAVILION (material deve ser fornecido pela instituição);
- Projeção individualizada com o maior destaque da logomarca da instituição apoiadora no início e no final do Seminário BRAZILIAN MINING DAY 2024.

Contrapartidas Negociais:

- 4 (quatro) credenciais “ALL ACCESS”, incluindo todo o material da convenção e 5 (cinco) credenciais “EXHIBITOR”;
- 5 (cinco) cortesias para o coquetel de boas-vindas da Delegação Brasileira.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 180.000,00

DA PROPOSTA INICIAL DE PATROCÍNIO

A Agência para o Desenvolvimento e Inovação do Setor Mineral Brasileiro – ADIMB (proponente) ofereceu à ANM proposta de patrocínio, sob condição de contrapartidas, relativo ao patrocínio da ANM para a Delegação Brasileiro que participará na *Prospectors & Developers Association of Canada's International Convention, Trade Show and Investors*, que será realizada de 3 a 6 de março de 2024, em Toronto, Ontário, Canadá.

Proposta de Patrocínio oferecida à ANM: R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) (Anexos VI e VII).

DA PRECIFICAÇÃO

Para análise do projeto de patrocínio e verificação da adequação do valor proposto aos parâmetros do mercado, a ANM aplica uma matriz de precificação que avalia aspectos de alinhamento estratégico do projeto, aspectos comunicacionais, mercadológicos, socioambientais, dentre outros, conforme recomendação da Instrução Normativa SECOM/PR n. 2, de 23 de dezembro de 2019.

DO MAPA DE PREÇOS

O Mapa de Preços (Anexo IX), que contém a fundamentação do valor a ser contratado, consta nos autos do processo SEI n. 48051.001382/2024-03 devidamente assinado pela Equipe de Planejamento da Contratação.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Dado o caráter singular de ações de patrocínio, sob forma de escolha direta à luz da Instrução Normativa SECOM/PR n. 2, de 23 de dezembro de 2019, não se vislumbra o parcelamento da solução.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

A ação de patrocínio sob análise de viabilidade não necessita de contratações correlatas e/ou interdependentes para a sua execução.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

O alinhamento entre a contratação e o planejamento da ANM pode ser verificado em:

1. A contratação consta devidamente cadastrada no Plano de Contratação Anual 2024 (Anexo VIII);
2. Há perfeito alinhamento entre a contratação e os planos estratégicos da ANM, conforme demonstrado no item 2. deste estudo preliminar.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Em sinergia com as diretrizes e estratégias da ANM, sugere-se que seja adotado o Contrato de Patrocínio, entendendo ser aplicável a inexigibilidade de licitação, nos termos do inc. I, do art. 74, da Lei nº 14.133/2021, para patrocinar o evento, por inviabilidade de competição pública para se realizar eventos de semelhante porte, com base nos seguintes argumentos:

- a) os participantes do evento e ações de comunicação contemplados na proposta são um público-alvo prioritário da política de ANM;
- b) a entidade proponente é a representante oficial do segmento no Brasil e, dessa forma tem um canal de comunicação privilegiado e de credibilidade com o setor;
- c) não há outra instituição que organize eventos com a mesma proposta, porte e impacto já comprovado pela ANM em participações passadas;
- d) as contrapartidas oferecidas contribuem para a atuação estratégica e o retorno de imagem da ANM;
- e) a participação com destaque nos eventos e ações de comunicação propostos será uma oportunidade privilegiada de divulgar a um público-alvo de grande interesse as principais ações da ANM.

13. Providências a serem Adotadas

A ação de patrocínio sob estudo de viabilidade não enseja a necessidade de adequação do ambiente da ANM para que a contratação surta seus efeitos.

Considera-se que, para o objeto proposto, não há exigência de capacitação específica para os servidores que atuarão na fiscalização do contrato.

14. Possíveis Impactos Ambientais

O futuro contrato de patrocínio será executado sob jurisdição da legislação ambiental do Canadá. Diante disso, deverá o proponente respeitar a legislação local pertinente e, por analogia e sempre que possível, as seguintes boas práticas usuais no Brasil:

O proponente deverá respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, atendendo aos critérios de sustentabilidade, assim como:

1. Utilização de produtos de limpeza e conservação de superfícies e objetos inanimados que obedeçam às classificações e especificações determinadas pela ANVISA;
2. Observação da Resolução CONAMA nº 20, de 7 de dezembro de 1994, quanto aos equipamentos de limpeza que gerem ruído no seu funcionamento;
3. Fornecimento, aos empregados, dos equipamentos de segurança que se fizerem necessários para a execução de serviços; Realização de separação dos resíduos recicláveis descartados durante os eventos;
4. Respeito às Normas Brasileiras (NBR) publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) sobre resíduos sólidos;
5. Previsão da destinação ambiental adequada das pilhas e baterias usadas ou inservíveis, segundo disposto na Resolução nº 424, de 2010.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Considerando que o presente investimento sob forma de patrocínio contém inegável alinhamento com as diretrizes estratégicas da ANM, reputa-se como viável a celebração de patrocínio da ANM à Missão Brasileira que participará da 92ª edição da Convenção do PDAC 2024 - *International Convention Trade Show & Investors Exchange*

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

MARIA JOSE RODRIGUES DE SOUZA

Integrante Requisitante e Técnica

JOSE IAGO PEREIRA DOS SANTOS

Integrante Administrativo



Assinou eletronicamente em 19/02/2024 às 18:25:34.

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - Plano Estratégico da ANM - 2020 a 2023.pdf (1.2 MB)
- Anexo II - Anexo II - Participações Anteriores.pdf (644.96 KB)
- Anexo III - Anexo III - ANM no PDAC 2023.pdf (183.59 KB)
- Anexo IV - Anexo IV - Declaração de Exclusividade - Inglês.pdf (156.76 KB)
- Anexo V - Anexo V - Declaração de Exclusividade - Traduzida.pdf (340.62 KB)
- Anexo VI - Anexo VI - Convite.pdf (216.51 KB)
- Anexo VII - Anexo VII - Projeto.pdf (1.44 MB)
- Anexo VIII - Anexo VIII - PCA - 2024.xlsx (27.24 KB)
- Anexo IX - Anexo IX - Orçamento Estimativo.pdf (193.63 KB)