ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INTRODUÇÃO

Este Estudo Técnico Preliminar instrui o planejamento para a contratação integrada de agência de propaganda para a prestação de serviços técnicos especializados de publicidade institucional, abrangendo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a devida distribuição de campanhas publicitárias aos veículos e meios de divulgação correspondentes.

A instrução do procedimento e a futura licitação são regidas pelas disposições da Lei Federal nº 14.133/2021, em especial as normas relativas à modalidade concorrência pelo critério de técnica e preço, à Lei Federal nº 12.232/2010, à Lei nº 4.680/1965 e ao Decreto nº 57.690/1966, de modo a garantir ampla competitividade das licitantes qualificadas, a transparência administrativa e a promoção de campanhas de utilidade pública municipal.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE PÚBLICA E JUSTIFICATIVA DACONTRATAÇÃO

A contratação de agência de publicidade decorre da necessidade contínua e indispensável de o Município de Aparecida manter a sociedade plenamente informada sobre as ações governamentais, campanhas informativas e projetos em andamento, observando os princípios constitucionais da publicidade e o direito fundamental de acesso à informação. A publicidade oficial atua como canal democrático para orientar a comunidade em relação a serviços de saúde, educação, assistência social e fomento ao turismo religioso local.

Por contar com população superior a 30 mil habitantes, conforme dados do Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o município de Aparecida demanda uma comunicação pública devidamente estruturada, utilizando canais de rádio, televisão, internet e mídia física para que as mensagens governamentais atinjam todos os setores sociais de forma ampla e efetiva. Desse modo, o suporte técnico especializado visa ampliar o alcance e o impacto de mensagens de interesse comum, otimizando o emprego dos recursos municipais.

As atividades descritas caracterizam-se por sua natureza estritamente intelectual, demandando a aplicação de raciocínio criativo humano, planejamento estratégico de comunicação, desenvolvimento de ideias inéditas e análise técnica de canais, o que impossibilita a padronização simplificada do objeto. Em respeito às regras específicas que regem as contratações do setor, restam expressamente excluídos deste escopo os serviços complementares de assessoria de imprensa, relações públicas diretas e a organização de eventos festivos de qualquer natureza, cuja contratação será objeto de licitações autônomas se constatada a necessidade pelo Poder Executivo local.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

3. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL.

O Município não tem como demonstrar previsão de contratação, diante do fato de que ainda não possui o Plano de Contratação Anual – PCA. Porém, está previsto em orçamento e no planejamento da Administração Municipal, para Manutenção e melhoria dos serviços de publicidade e do direito fundamental à informação.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO.

Os serviços de publicidade e propaganda para a Prefeitura Municipal, deverão compreender:
a) Estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
b) Planejamento e contratação de pesquisas de mercado e de opinião e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre os públicos-alvo;
c) Contratação de divulgação e difusão de peças publicitárias e campanhas realizadas;
d) Produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários;
e) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias;
f) Expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
g) Execução de serviços de promoção inerentes à atividade publicitária;
h) Execução de serviços publicitários gráficos compreendendo conteúdo, criação, layout e impressão para divulgação institucional ou de serviços do Poder Executivo.

A contratação dos serviços deverá ter o seu objeto rigorosamente em consonância com o previsto no art. 2º da Lei Federal nº 12.232 de 29/04/2010 e, poderão ser subcontratados nos termos do art. 112 da Lei nº 14.133/21, exceto os serviços internos.

Não será permitida a participação de consórcios. A justificativa para vedação à participação de consórcios decorre do fato da habilitação é comum e plenamente alcançável por agências individualmente, aplicando se o mesmo as exigências econômicas-financeiras. Desse modo, como a participação de consórcios é, na maioria das vezes, para as licitações que possuem qualificação técnica e financeira robustas, que precisem do somatório de esforços para atingi-las, veda-se a participação de empresas em união. Ademais, a participação de agências em consórcio, nesse caso, teria ação inversa da pretendida, uma vez que diminuiria o número de possíveis participantes.

A modalidade de licitação a ser utilizada é a Concorrência Pública, de forma presencial. Em função do procedimento específico da Lei n.º 12.232/2010, que prevê a entrega física das propostas técnicas, inclusive de forma apócrifa e sem qualquer possibilidade de identificação do autor da proposta, devendo ser rubricada por todos os concorrentes; bem como da necessidade de julgamento dessa proposta apócrifa pela Subcomissão Técnica, a presente Concorrência deve ser obrigatoriamente presencial.

Frise-se, a Lei n.º 12.232/2010 possui procedimento incompatível a forma eletrônica devendo, portanto, ser presencial. As sessões públicas realizadas no âmbito da presente Concorrência Presencial

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

serão registradas em ata e gravadas em áudio e vídeo, nos termos do § 2º do art. 17 da Lei nº 14.133/2021, ficando o respectivo registro audiovisual disponível para acesso por qualquer interessado nas dependências do Departamento de Licitações.

A Lei Federal nº 12.232/2010 permanece vigente e deve ser aplicada de forma compatível com a Lei nº 14.133/2021, no que couber. Assim, quando houver remissão expressa à Lei nº 8.666/1993 notadamente no § 3º do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, que menciona a modalidade convite, tal referência deverá ser mantida, uma vez que não houve substituição normativa expressa desse dispositivo pela nova Lei de Licitações.

Do Padrão mínimo de qualidade:

a) Comprovação de regularidade para o exercício da atividade publicitária, mediante registro ou inscrição em entidade profissional ou sindical patronal da sede da licitante, quando aplicável, ou por outro meio idôneo que demonstre o exercício regular da atividade, nos termos do art. 67, inciso V, da Lei nº 14.133/2021;

b) Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, conforme disposto no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

c) Atestado(s) de capacidade técnica, expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, comprovando a execução de serviços pertinentes e compatíveis em características, natureza e complexidade com o objeto desta licitação;

d) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais já exigível, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, conforme art. 69, § 4º, da Lei nº 14.133/2021;

e) Declaração de que dispõe de condições operacionais adequadas para a execução dos serviços, mediante estrutura técnico-administrativa compatível com o objeto da contratação;

e.1) A contratada deverá centralizar o comando da execução dos serviços de publicidade do CONTRATANTE no Município de Aparecida/SP, podendo, para esse fim, manter sede, filial, sucursal ou escritório local, obrigação está de natureza contratual.

e.2) Caso a licitante não possua, no momento da contratação, estabelecimento no Município de Aparecida/SP, deverá apresentar compromisso formal de instalação de escritório local no prazo máximo de até 45 (quarenta e cinco) dias, contados da assinatura do contrato;

e.3) A contratada poderá, quando necessário, utilizar unidades ou estruturas localizadas em outros municípios para a execução parcial dos serviços, desde que preservada a centralização da coordenação contratual e asseguradas as condições de atendimento, controle e fiscalização previamente pactuadas.

5. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO.

A previsibilidade das quantidades não se mostra possível antes da contratação, no entanto considerando o valor dos contratos; considerando que o município nunca realizou tal contratação, estima-se o valor a ser investido em ações de publicidade a cada ano, gire em torno de R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Os custos serão mensurados de acordo com a tabela SINAPRO/SP, que regulamenta a cobrança de serviços deste setor.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

6. LEVANTAMENTO DE MERCADO, QUE CONSISTE NA ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS POSSÍVEIS, E JUSTIFICATIVA TÉCNICA E ECONÔMICA DA ESCOLHA DO TIPO DE SOLUÇÃO A CONTRATAR.

Verifica-se a existência de ampla oferta de empresas no mercado aptas à prestação de serviços de publicidade e propaganda, o que assegura a viabilidade da competição. nos termos da lei federal nº 12.232/2010, o julgamento das propostas deverá adotar, obrigatoriamente, os critérios de "melhor técnica" ou "técnica e preço". Considerando a natureza do objeto, a busca pela melhor relação entre qualidade técnica e economicidade, bem como o histórico de contratações similares realizadas pela administração, recomenda-se a adoção do critério "técnica e preço".

A proposta técnica consistirá na apresentação de plano de comunicação publicitária sem identificação, a ser avaliado por comissão técnica especialmente designada, assegurando-se julgamento objetivo, imparcial e isonômico, vedada qualquer forma de identificação da licitante, em estrita observância ao procedimento previsto na lei federal nº 12.232/2010.

O pagamento das despesas decorrentes da execução dos serviços será realizado diretamente à contratada no prazo de até 30 (trinta) dias, contados a partir do atesto e aceite dos serviços pela área competente, observada, a anteriormente a qualquer demanda, disponibilidade orçamentária e o decreto municipal vigente que regula a ordem cronológica de pagamentos.

7. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO.

Valor estimado da contratação: R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Não há definição conclusiva para o valor estimado, haja vista se tratar da primeira tentativa de se contratar tal objeto.

Pode-se considerar, ainda, a ampliação do volume de obras, projetos, programas e ações institucionais atualmente desenvolvidos pelo Município, o que implica expectativa de aumento na demanda por serviços de comunicação e publicidade. Diante do crescimento das necessidades institucionais e da atualização da estimativa de consumo dos serviços, fixou-se o valor estimado da presente contratação em R$ 500.000,00, o qual se mostra compatível com o histórico de demandas de divulgação projetada.

8. METODOLOGIA DE COMPOSIÇÃO E JUSTIFICATIVA DO VALOR ESTIMADO.

O valor previamente estimado de R$ 500.000,00 anual para a presente contratação foi fixado com fulcro em critérios técnicos objetivos e fidedignos, em linha com o artigo 23 da Lei Federal nº 14.133/2021, que determina a compatibilidade dos custos estimados com os patamares vigentes no mercado, considerados os preços constantes de bancos de dados públicos, pesquisas setoriais e contratações similares feitas pela Administração Pública. Essa estimativa financeira global não representa teto limitador de despesa por item ou serviço isolado, servindo primordialmente como dotação orçamentária geral para a execução integrada das campanhas institucionais planejadas pelo órgão administrativo.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

A formação do montante baseia-se na aplicação de três parâmetros setoriais específicos, a começar pelos custos dos serviços internos da agência, cujos valores de referência são extraídos da Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, o SINAPRO/SP, garantindo conformidade com a realidade econômica paulista. A referida tabela setorial abrange serviços profissionais especializados de planejamento, criação, branding, mídia e produção digital, servindo como uma baliza idônea para assegurar preços condizentes com o mercado regional paulista.

Para os serviços e suprimentos externos prestados por terceiros sob a supervisão da agência contratada, a composição adota as balizas éticas e técnicas das Normas-Padrão da Atividade Publicitária instituídas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão, o CENP, o que restringe a incidência de honorários de agência ao teto regulamentar de até 15%. Sobre os custos decorrentes de veiculação em veículos de comunicação, adota-se o desconto padrão de agência fixado mercadologicamente em 20%, o qual será negociado contratualmente para gerar benefícios econômicos diretos ao erário municipal.

O artigo 2º da Lei nº 12.232/2010 define de forma integrada o escopo dos serviços de publicidade institucional permitidos na contratação, cuja execução indivisível serve como fundamento para a estimativa financeira global unificada das campanhas.

> Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham 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 publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
>
> § 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
>
> I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3o desta Lei;
>
> II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
>
> III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
>
> § 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa,

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

Como consequência da previsão legal que exige a prestação integrada de serviços de publicidade, a estimativa do dispêndio de R$ 500.000,00 encontra-se em total sintonia com o histórico de contratações correlatas de municípios paulistas com porte populacional equivalente, situados na faixa de 25 mil a 60 mil habitantes, cujos contratos vigentes ou encerrados oscilam entre R$ 300.000,00 e R$ 900.000,00 por exercício anual. A projeção atende com precisão ao plano de veiculação e produção de campanhas periódicas de utilidade pública indispensáveis de saúde pública, educação de trânsito, assistência social e fomento ao turismo religioso ao longo de doze meses, assegurando a continuidade das mensagens públicas sem riscos de descontinuidade ou sobrepreço

9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO.

Os serviços de publicidade possuem natureza predominantemente intelectual, uma vez que demandam criação, concepção estratégica, planejamento e julgamento técnico, nos quais a racionalidade humana e a atividade criativa são essenciais para a adequada execução do objeto, não se tratando de tarefas padronizáveis ou meramente operacionais. Por essa razão, a licitação deve adotar, obrigatoriamente, os tipos de julgamento “técnica” ou “técnica e preço”, conforme dispõe o art. 36, § 1º, inciso I, da Lei nº 14.133/2021.

Diante das características do objeto e da necessidade de assegurar o equilíbrio entre qualidade técnica e economicidade, opta-se pelo critério de julgamento “técnica e preço”, nos termos do art. 36, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, de modo que a técnica tenha peso preponderante, sem, contudo, comprometer a competitividade do certame ou afastar a obtenção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

Em observância ao procedimento especial previsto na Lei nº 12.232/2010, o edital estabelecerá regras específicas para a apresentação e julgamento da proposta técnica, assegurando o anonimato, a imparcialidade e a objetividade da avaliação, dentre as quais:

I - Apresentação do plano de comunicação publicitária em duas vias, sendo uma sem identificação e outra identificada;
II - Vedação de qualquer elemento identificador na via não identificada;
III - Vedação de identificação cruzada entre os invólucros da proposta técnica;

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

IV - Desclassificação da licitante que descumprir as regras de anonimato;
V - Atribuição de pontuação técnica conforme critérios objetivos previstos no edital;
VI - Reavaliação da pontuação pela subcomissão técnica quando a diferença entre notas ultrapassar 20% da pontuação máxima do quesito;
VII - Registro em ata das justificativas técnicas quando mantida a divergência de pontuação;
VIII - Apresentação da proposta técnica em invólucros distintos e padronizados;
IX - Fornecimento do invólucro da via não identificada pelo órgão licitante;
X - Recusa de propostas que comprometam o anonimato ou a integridade dos invólucros;
XI - correspondência integral entre a via identificada e a não identificada do plano de comunicação publicitária.

O edital conterá, ainda, os quesitos e subquesitos técnicos, os critérios objetivos de julgamento, a pontuação máxima atribuível, as condições formais de apresentação das propostas, bem como as regras automáticas para definição da proposta mais vantajosa, inclusive critérios de desempate, tudo em conformidade com os princípios da legalidade, isonomia, julgamento objetivo e seleção da proposta mais vantajosa.

DO FORMATO DA LICITAÇÃO:
Modalidade: Concorrência, na forma: presencial, com natureza de: serviço técnico especializado de natureza predominantemente intelectual, cujos padrões de desempenho e qualidade não podem ser definidos exclusivamente por especificações usuais de mercado, exigindo avaliação técnica qualitativa das propostas, nos termos do art. 6º, inciso XVIII, alínea "c", c/c art. 28, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, bem como em observância ao procedimento específico previsto na Lei nº 12.232/2010, o que justifica a adoção dessa modalidade e forma de contratação.
Critério de julgamento: Técnica e Preço, conforme disposto no art. 33, inciso IV, da Lei nº 14.133/2021, e no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, considerando a necessidade de ponderação entre a qualidade técnica das propostas e a obtenção da proposta mais vantajosa sob o aspecto econômico.
Regime de execução: Execução indireta, sob o regime de empreitada por preço global, nos termos do art. 46, inciso II, da Lei nº 14.133/2021, tendo em vista que o objeto contratado possui escopo global previamente definido, com preço certo e total, sendo este o regime mais adequado para garantir previsibilidade orçamentária, controle dos custos e segurança jurídica na execução contratual.

10. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO.

O parcelamento do objeto não se mostra técnica nem economicamente viável, tendo em vista tratar-se de contratação de natureza predominantemente intelectual, cuja execução exige unidade conceitual, integração metodológica e responsabilidade técnica indivisível, sob pena de comprometimento da eficiência, da qualidade dos resultados e da adequada gestão contratual.

11. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS.

Promover a melhoria da qualidade dos serviços de publicidade de utilidade pública, assegurando comunicação institucional clara, eficaz e acessível à comunidade interna e externa, em consonância com o princípio da publicidade e o direito à informação.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

Viabilizar a execução de atividades que atendam ao interesse público, sob a égide dos princípios da eficiência, da economicidade e da legalidade, as quais não podem ser desempenhadas diretamente pela estrutura administrativa do município, por demandarem a intermediação de agência especializada, nos termos da legislação vigente. Tais atividades compreendem, entre outras, o planejamento de comunicação, a realização de pesquisas de mercado e de público-alvo, a produção e execução técnica de peças e projetos publicitários, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

12. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO.

Capacitação de servidores para fiscalização e gestão contratual, caso necessário.

12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES.

Uma vez que a agência de propaganda atende em sua totalidade a necessidade da contratação, não há contratações correlatas ou interdependentes.

13. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS.

Não se identificam.

Todavia, a contratada deverá assegurar a viabilidade técnica da execução do objeto e a adoção de medidas adequadas de prevenção e mitigação de eventuais impactos ambientais, sociais e laborais.

14. DIRETRIZES PARA A EXECUÇÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

A agência de publicidade adjudicatária do objeto contratual assume a obrigação de executar os serviços técnicos especializados em estreita sintonia com as diretrizes da administração, cabendo-lhe manter sede, filial, sucursal ou escritório dotado de estrutura operacional compatível no Município de Aparecida/SP. Na hipótese de a empresa classificada não dispor de instalações físicas locais no momento de assinatura do termo, restará exigida a apresentação de compromisso formal de estabelecimento do ponto de apoio no prazo improrrogável de até 45 dias contados da assinatura do contrato.

No que pertine à contratação de fornecedores especializados para serviços de terceiros, tais como produções gráficas ou audiovisuais especializadas, a agência deverá proceder ao cadastramento prévio das empresas parceiras e apresentar o mínimo de três orçamentos obtidos no mercado local. Caso o montante correspondente à subcontratação venha a ultrapassar a barreira de 0,5% do valor global do contrato, os referidos orçamentos deverão obrigatoriamente ser colhidos em envelopes fechados e lacrados, os quais serão abertos em sessão pública específica, sob o controle e a fiscalização direta do Município de Aparecida.

A empresa contratada deve agir como fiel mandatária do interesse público, cabendo-lhe negociar as melhores condições comerciais e repassar de forma integral à prefeitura todos os descontos, vantagens financeiras e bonificações auferidos nas tratativas com veículos ou fornecedores

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

externos. Para fins de transparência administrativa, a agência manterá à disposição do município, por um prazo de ao menos 5 anos contados do encerramento do contrato, o acervo completo das peças produzidas e os demonstrativos financeiros de custos de produção e de mídia correspondentes.

O Município de Aparecida, por sua vez, obriga-se a emitir prévias Autorizações de Produção ou de Divulgação por escrito antes do início de qualquer ação publicitária, admitindo-se pedidos verbais extraordinários apenas em situações emergenciais, desde que ratificados de forma escrita em até 3 dias úteis. Os pagamentos e faturamentos decorrentes do ajuste dependerão obrigatoriamente do ateste do fiscal do contrato, mediante apresentação de notas fiscais regulares e de relatórios de checagem de veiculação emitidos por empresa independente especializada, ressalvadas as hipóteses técnicas de inviabilidade justificada.

15. DIRETRIZES DE REAJUSTE E CONDIÇÕES FINANCEIRAS DE LIQUIDAÇÃO

Os preços praticados no âmbito do contrato serão balizados pela proposta econômica apresentada pela licitante vencedora, sendo que os valores previstos na Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo constituem mero indicativo inicial e não implicam qualquer tipo de vinculação obrigatória de reajustes a suas futuras atualizações setoriais. O reajuste dos preços somente restará autorizado após transcorrido o lapso de 12 meses contados da data limite para a apresentação da proposta comercial, de acordo com as normas da Lei nº 14.133/2021, adotando-se de forma exclusiva a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, o IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

A liquidação dos débitos contratuais ocorrerá em até 30 dias contados da apresentação da correspondente nota fiscal devidamente atestada pelo fiscal do contrato, o qual certificará a adequada prestação dos serviços e das veiculações de utilidade pública solicitadas pelo município. A tramitação do pagamento restará condicionada à entrega simultânea de documentação idônea que comprove a regularidade fiscal, social e trabalhista da agência contratada e dos respectivos terceiros envolvidos nas ações produtivas.

No caso dos repasses financeiros direcionados a veículos de comunicação, o pagamento do desconto-padrão de agência correspondente à criação e à distribuição da mídia somente será efetuado pelo órgão municipal após a efetiva comprovação da exibição da peça publicitária, validada por meio de relatórios de checagem idôneos.

16. SISTEMÁTICA DE APRESENTAÇÃO E SEGREGAÇÃO DOS ENVELOPES

Para a participação no presente certame, as interessadas deverão entregar perante o Setor de Protocolo da Prefeitura Municipal de Aparecida, em data e horário predeterminados em edital, as propostas devidamente distribuídas em cinco invólucros estanques, de forma a garantir a ampla segregação de informações e a isonomia de julgamento. Com o objetivo de assegurar o adequado manuseio pela Comissão de Contratação e evitar perdas de materiais, solicita-se que os Envelopes de números 1, 2, 3 e 4 sejam colocados de maneira conjunta em um único invólucro externo devidamente lacrado pelas licitantes.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

O Envelope nº 1 conterá, de forma exclusiva, a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária formulada em resposta aos desafios do briefing, sendo que o invólucro especial para acondicionamento deste documento será fornecido diretamente pelo órgão licitante. A fim de resguardar o sigilo absoluto até a abertura das propostas comerciais, resta terminantemente vedada a inclusão de qualquer marca, logotipo, etiqueta ou sinal capaz de revelar a autoria das peças ou da estratégia proposta neste invólucro, acarretando a desclassificação sumária da infratora.

Os Envelopes de números 2 e 3 constituem-se como propostas técnicas com identificação da licitante na parte externa, devendo ser providenciados em embalagens invioláveis pela própria concorrente. O Envelope nº 2 conterá a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, com o mesmo teor da proposta não identificada, porém com a exclusão expressa das peças físicas referentes à ideia criativa. O Envelope nº 3 abrigará as informações relativas à capacidade de atendimento, portfólio de nível de trabalhos e relatos formais de solução de problemas, sendo que os materiais internos deste envelope também não poderão conter marcas que revelem a autoria do plano secreto do Envelope nº 1.

O Envelope nº 4 conterá a Proposta de Preços devidamente identificada com a razão social da concorrente, devendo ser assinado e digitado sem rasuras. Por fim, o Envelope nº 5, relativo aos Documentos de Habilitação do certame, deverá ser entregue apenas em sessão pública futura, em data fixada pela comissão administrativa após a finalização e divulgação do julgamento de todas as fases das propostas técnicas e de preços.

17. CRITÉRIOS OBJETIVOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

O processamento do certame ocorrerá pelo critério de julgamento de técnica e preço, com valorização isolada e transparente sob o teto de 100 pontos, sendo 70 pontos dedicados ao mérito técnico e 30 pontos reservados à valoração das propostas de preços das licitantes. O julgamento técnico será conduzido obrigatoriamente por uma subcomissão de profissionais qualificados da área, o que garante a lisura e a estrita conformidade da análise das propostas.

A nota de até 70 pontos da proposta técnica corresponderá ao somatório dos produtos das notas parciais individuais de 0 a 10 multiplicadas pelos pesos de cada quesito, dividido pela constante 10, sem arredondamentos. Os quesitos técnicos possuem as seguintes ponderações de peso: o raciocínio básico possui peso 13; a estratégia de comunicação possui peso 17; a ideia criativa possui peso 16; a estratégia de mídia e não mídia possui peso 13; a capacidade de atendimento possui peso 3; o nível dos trabalhos possui peso 4; e os relatos de casos de sucesso possuem peso 4.

A proposta de preços, avaliada sob o teto de 30 pontos, observará três componentes obrigatórios de desconto em conformidade com as regras específicas do setor, restando desclassificada a licitante que não atingir o patamar mínimo obrigatório de 15 pontos no julgamento comercial, ou que apresentar preços inexequíveis, antieconômicos ou acréscimos indevidos sobre as tabelas setoriais.

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

O primeiro componente valora o desconto sobre os custos internos de agenciamento de até 10 pontos, adotando como base exclusiva a Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, o SINAPRO/SP, com pontuações de 5 pontos para descontos de 30% a 39,99%, 7 pontos para descontos de 40% a 49,99%, e a nota máxima de 10 pontos para descontos iguais ou superiores a 50%.

O segundo componente avalia o desconto oferecido sobre a intermediação de serviços prestados por terceiros sobre o percentual usual de até 15%, conferindo 5 pontos para desconto de 3% sobre honorários (remuneração efetiva de 14,55%), 7 pontos para desconto de 5% (remuneração efetiva de 14,25%), e a nota máxima de 10 pontos para desconto de 10% (remuneração efetiva de 13,50%).

O terceiro componente afere o percentual de repasse à prefeitura do desconto padrão de agência de 20% concedido pelos veículos de comunicação na veiculação de mídia, conferindo 4 pontos para repasse de 10%, 7 pontos para repasse de 15%, e a nota máxima de 10 pontos para o repasse integral de 20% do desconto padrão.

18. REQUISITOS DE HABILITAÇÃO E SOLIDEZ ECONÔMICO-FINANCEIRA

A documentação pertinente à habilitação das concorrentes, a ser acondicionada exclusivamente no interior do Envelope nº 5 e apresentada em sessão pública de abertura postergada, restará submetida a exame rigoroso quanto à satisfação das garantias de regularidade da contratação pública, de acordo com a Lei Federal nº 14.133/2021. A habilitação compreende a entrega integral dos documentos constitutivos de existência jurídica, certidões de regularidade perante o FGTS, certidão negativa de débitos trabalhistas e comprovantes de quitação com as Fazendas municipal, estadual e federal.

No campo da qualificação técnica do setor publicitário, exige-se das licitantes a comprovação de aptidão operacional por meio de atestados de capacidade técnica para serviços de idêntica complexidade, acompanhados do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento emitido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão, conforme o regramento do artigo 4º da Lei Federal nº 12.232/2010, que disciplina a necessidade de certificação técnica de funcionamento das agências de propaganda. Adicionalmente, as concorrentes comprovarão a regularidade de suas atividades profissionais mediante registro no sindicato patronal ou órgão de classe de sua base territorial de atuação.

Para fins de qualificação econômico-financeira, exige-se a demonstração de solidez por meio do balanço patrimonial do último exercício social, comprovando que a concorrente possui Patrimônio Líquido mínimo correspondente a 10% do valor estimado para a presente contratação. Considerando que a despesa anual prevista corresponde de maneira integral a R$ 500.000,00, fixa-se o montante de Patrimônio Líquido mínimo obrigatório no valor correto de R$ 50.000,00, de acordo com a proporção legal estabelecida na Lei Federal nº 14.133/2021, restando sanada a exigência excessiva anterior de R$ 60.000,00 constante em esboços preliminares.

19. CONCLUSÃO E DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br

Este Estudo Técnico Preliminar demonstra de forma conclusiva a viabilidade técnica, operacional e financeira do planejamento elaborado para a contratação integrada de agência de publicidade municipal, pautando-se pelas diretrizes de transparência, eficácia de comunicação e estrita legalidade. A modelagem administrativa formulada afasta riscos de descontinuidade dos serviços públicos essenciais de utilidade pública e garante tratamento isonômico a todas as concorrentes no certame.

O planejamento adotado está em total sintonia com os postulados da ampla competitividade e do julgamento objetivo, assegurando a obtenção da proposta mais vantajosa para a administração municipal de Aparecida/SP. Desse modo, declara-se a plena aptidão deste estudo para subsidiar a abertura da licitação com o valor estimado anual de R$ 500.000,00.

Aparecida/SP, 08 de julho de 2026.

_____

Marta Janaína Romão de Carvalho
Chefe de Gabinete

Rua Professor José Borges Ribeiro 167 – Aparecida/SP
CEP 12.576-013 – (12) 3104-4000
CNPJ 46.680.518/0001-14
www.aparecida.sp.gov.br