

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INTRODUÇÃO

O presente documento visa analisar a viabilidade da presente contratação, bem como levantar os elementos essenciais que servirão para compor o Termo de Referência, de forma a melhor atender às necessidades da Administração.

Porém, cabe ressaltado que o presente ETP, como o próprio título sugere (preliminar) não se constitui em documento acabado, devendo a Administração da FEMA complementar e ou atualizar as informações, de forma a atender as normas legais vigentes.

1. DADOS DO PROCESSO

Memorando 5.619/2024

Setor Requisitante: DIREÇÃO EXECUTIVA FEMA

Objeto: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA NOS TERMOS DA LEI Nº 12.232/2010, VISANDO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

EQUIPE DE PLANEJAMENTO PARA ESTA CONTRATAÇÃO

Servidor	Cargo
Hilário Vetore Neto	Diretor Executivo
Eduardo Aparecido de Souza	Chefe de Seção
Juliana Santos De Nigris Batista	Chefe de Seção
Isadora Pelizone de Lima Cintra	Assistente Administrativo

2. OBJETIVO

2.1. O objetivo deste estudo é fornecer uma análise detalhada das necessidades, requisitos e especificações técnicas para a contratação de agência de propaganda nos termos da lei nº 12.232/2010, visando serviços de publicidade da FEMA -

FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS.

3. NORMATIVOS QUE DISCIPLINAM OS SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS OU MATERIAIS A SEREM ADQUIRIDOS

3.1. A contratação de agência de publicidade terá como base a Lei nº 12.232/2010 e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

3.2. Será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência Presencial, e quanto ao tipo de licitação, o art. 6, Inciso XXXVIII Alínea “c” da Lei nº 14.133/2021 determina que o tipo “técnica e preço” são utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, e serviços especiais como é o presente caso, ao tempo em que 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”.

3.3. Ademais, a escolha é fundamentada pelo Art. 28, II da Lei 14.133/2021, que permite a utilização dessa modalidade quando o objeto do contrato envolver fatores de técnica predominante ou de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística, como é o caso dos serviços de publicidade.

3.4. A escolha da agência de propaganda deve ser baseada na capacidade técnica e na proposta de preço, conforme estabelecido pelo Art. 28, § 1º, da Lei 14.133/2021, que especifica que a avaliação da técnica deve considerar a qualidade técnica da proposta, garantindo assim a seleção da agência que melhor atenda às necessidades de comunicação da FEMA. A ponderação entre técnica e preço deve ser definida no instrumento convocatório, permitindo uma avaliação equilibrada entre a qualidade técnica e o custo dos serviços.

3.5. Além disso, o Art. 186 da Lei 14.133/2021 afirma que as disposições desta Lei se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública. Isso reforça a aplicabilidade da Lei 14.133/2021 para a contratação em questão, assegurando que os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e isonomia sejam

observados.

3.6. Portanto, a escolha da concorrência pública, na forma presencial, como modalidade de licitação é a mais adequada para a contratação de uma agência de propaganda pela FEMA, conforme os requisitos e diretrizes estabelecidos pela Lei nº 14.133/2021, garantindo a seleção de uma proposta que ofereça tanto a expertise técnica necessária quanto um custo eficiente para a administração pública.

4. JUSTIFICATIVAS DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

4.1. A contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é uma medida estratégica e necessária para atender às demandas de comunicação e divulgação da instituição, conforme estabelecido na Lei nº 12.232/2010. A FEMA, como uma instituição de ensino e centro de desenvolvimento tecnológico e social, necessita de uma comunicação eficiente para divulgar seus programas, projetos, eventos e iniciativas, visando alcançar seus públicos-alvo de forma eficaz.

4.2. A justificativa para a contratação baseia-se na necessidade de serviços especializados que envolvem criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários, que demandam profissionais capacitados e uma rede de contatos com veículos de mídia para uma ampla e eficaz divulgação. A contratação direta desses serviços seria inviável, pois a FEMA não dispõe de estrutura interna para realizar tais atividades com o mesmo nível de qualidade e alcance que uma agência especializada pode oferecer.

4.3. A metodologia de cálculo para quantificar o objeto foi baseada no volume e diversidade das ações realizadas e no aumento da demanda necessárias para garantir que a FEMA mantenha sua visibilidade e captação de alunos, além de promover suas atividades de ensino, pesquisa e extensão. O valor estimado de R\$ 1.300.000,00 foi considerado adequado para cobrir os custos de produção e veiculação das peças publicitárias em diversos meios de comunicação, garantindo a continuidade das ações ao longo de 12 meses.

4.4. Os benefícios diretos da contratação incluem o aumento na captação de alunos,

o fortalecimento da marca institucional, a ampliação da visibilidade em diferentes meios de comunicação e o engajamento maior com a comunidade acadêmica e a sociedade. Indiretamente, a contratação contribuirá para o cumprimento da missão institucional da FEMA, consolidando-a como referência em educação e contribuindo para o desenvolvimento social, científico e cultural.

4.5. Caso a contratação não seja realizada, a FEMA poderá enfrentar dificuldades em manter sua visibilidade e atratividade, o que pode resultar em uma diminuição na captação de alunos e, conseqüentemente, em uma redução de recursos financeiros, afetando negativamente suas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

5. REFERÊNCIA A OUTROS INSTRUMENTOS DE PLANEJAMENTO DO ÓRGÃO

5.1. A contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) está alinhada ao planejamento estratégico da instituição, visando expandir sua atuação e visibilidade no cenário educacional, bem como aumentar o engajamento de sua comunidade acadêmica e externa. A publicidade é uma ferramenta essencial para atingir esses objetivos, e a parceria com uma agência especializada garantirá a execução de campanhas eficazes, inovadoras e de acordo com os valores institucionais da Fundação.

5.2. A despesa prevista para esta contratação possui plena adequação orçamentária e financeira em conformidade com a Lei Orçamentária Anual (LOA) e é compatível com as diretrizes estabelecidas pela Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO). Tal compatibilidade assegura que os recursos necessários para a execução do projeto estão devidamente previstos e alocados, garantindo a eficiência e a sustentabilidade financeira do órgão.

6. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

6.1 A natureza da necessidade de contratação da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) para serviços de publicidade é de natureza especial, conforme indicado pela predominância de fatores técnicos e intelectuais, especialmente em serviços de natureza artística como a publicidade. O objetivo dessa contratação é

selecionar uma agência de propaganda que atenda às necessidades de comunicação da FEMA de forma eficaz e eficiente, garantindo a qualidade técnica e um custo adequado.

6.2. Os requisitos necessários à contratação incluem:

6.2.1. Modalidade de Licitação: Conforme o Art. 28, II da Lei 14.133/2021, a Concorrência é a mais adequada para serviços que envolvem predominância de fatores técnicos ou de natureza intelectual, como é o caso dos serviços de publicidade.

6.2.2. Critério de Julgamento: Lei 14.133/21, Art. 6, XXXVIII, Alínea c: " Nos casos em que o objeto do contrato envolver fatores de técnica predominante ou de natureza intelectual, especialmente em serviços de natureza artística, o critério de julgamento poderá ser do tipo técnica e preço.

6.2.3. Avaliação da Proposta Técnica: De acordo com o Art. 28, § 1º da Lei 14.133/2021, a avaliação da técnica deve considerar a qualidade técnica da proposta, garantindo a seleção da agência que melhor atenda às necessidades de comunicação da FEMA.

6.2.3.1. Lei 14.133/21, Art. 34, § 1º: A avaliação da técnica deverá considerar a qualidade técnica da proposta, atendidos os parâmetros mínimos de qualidade definidos no edital de licitação.

6.2.4. Aplicabilidade da Lei 14.133/2021: O Art. 186 da Lei 14.133/2021 estabelece que as disposições desta Lei se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública.

6.2.4.1. Lei 14.133/21, Art. 186: As disposições desta Lei aplicam-se subsidiariamente à Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda pela administração pública.

6.2.5. Esses requisitos asseguram que a contratação da agência de propaganda pela FEMA seja realizada de maneira transparente, competitiva e que atenda aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e

isonomia, conforme estabelecido pela Lei 14.133/2021.

6.3. Duração Inicial do Contrato:

6.3.1. A duração inicial do contrato para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é de 12 meses, com possibilidade de prorrogação. Os serviços serão executados na sede da agência contratada, que deve manter comunicação eficaz com a FEMA e estar disponível para reuniões e visitas presenciais, conforme necessário. A flexibilidade no horário de execução dos serviços é essencial para atender às demandas da FEMA de maneira eficiente e tempestiva. O pagamento pelos serviços será realizado por meio de crédito em conta bancária da contratada até 15 dias úteis após a apresentação da Nota Fiscal e do relatório de atividades realizadas.

6.4. Critérios de Sustentabilidade:

6.4.1. Para criar critérios de sustentabilidade para a contratação de serviços de publicidade pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), considerando a Lei 14.133/21, é essencial incorporar práticas que minimizem impactos ambientais e promovam o uso eficiente de recursos. Seguem os critérios e medidas mitigadoras:

6.4.1.1. Baixo Consumo de Energia e Recursos: Exigir que a agência de propaganda utilize tecnologias e práticas que reduzam o consumo de energia e outros recursos. Isso inclui o uso de equipamentos de baixo consumo energético e a preferência por ferramentas digitais em vez de materiais impressos, sempre que possível.

6.4.1.2. Logística Reversa e Reciclagem: Implementar políticas de logística reversa para todos os materiais promocionais produzidos, garantindo que eles sejam reciclados ou descartados de maneira ambientalmente correta ao final de sua vida útil. Isso inclui materiais de campanha, banners, folhetos e qualquer outro material físico utilizado.

6.4.1.3. Uso de Materiais Sustentáveis: Priorizar o uso de materiais reciclados ou certificados por organizações de gestão ambiental para a produção de materiais promocionais. Isso reduz a demanda por recursos naturais virgens e apoia a economia circular.

6.4.1.4. Certificações Ambientais: Incentivar ou exigir que a agência de propaganda possua certificações ambientais que comprovem suas práticas sustentáveis, como ISO 14001 ou similares.

6.4.1.5. Estratégias de Marketing Digital Sustentável: Promover estratégias de marketing que priorizem o digital, reduzindo a necessidade de materiais impressos e o impacto associado à sua produção e descarte.

6.4.1.6. Educação e Conscientização Ambiental: Incluir cláusulas no contrato que obriguem a agência a promover e participar de programas de educação e conscientização ambiental, tanto internamente quanto nas campanhas desenvolvidas para a FEMA.

6.4.1.7. Monitoramento e Relatórios de Sustentabilidade: Exigir relatórios periódicos sobre as práticas de sustentabilidade adotadas pela agência, avaliando o cumprimento dos critérios estabelecidos e a eficácia das medidas implementadas.

6.4.2. Esses critérios e medidas estão alinhados com o Art. 11 da Lei 14.133/21, que incentiva a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações públicas, e com o Art. 144, que estabelece a possibilidade de inclusão de critérios de sustentabilidade nas contratações públicas.

6.5. Transição Contratual:

6.5.1. A transição contratual para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) deve ser estruturada para garantir uma execução eficaz e alinhada com os objetivos estratégicos da instituição. A duração inicial do contrato é de 12 meses, com possibilidade de prorrogação. As prorrogações devem ser justificadas e alinhadas com as necessidades contínuas de publicidade e comunicação da FEMA, conforme estabelecido pela Lei 14.133/21.

6.5.2. Objetivos da Transição Contratual:

6.5.2.1. Assegurar que a agência contratada esteja plenamente integrada com os objetivos e a cultura da FEMA, promovendo uma comunicação eficaz que atenda às demandas de publicidade e divulgação institucional.

6.5.2.2. Estabelecer mecanismos de acompanhamento e avaliação do desempenho

da agência, garantindo que os serviços prestados estejam em conformidade com o contrato e com os padrões de qualidade esperados.

6.6. Processo de Transição:

6.6.1. Preparação e Planejamento: Deve incluir reuniões iniciais para alinhamento de expectativas, definição de metas e cronogramas, e detalhamento das atividades a serem executadas.

6.6.2. Implementação: Fase de execução dos serviços, onde a agência deve operar em conformidade com os termos contratuais, mantendo uma comunicação constante com a FEMA para ajustes e feedbacks.

6.6.3. Avaliação: Monitoramento contínuo e avaliações periódicas do desempenho da agência, com base em indicadores previamente definidos.

6.7. Áreas e Atividades abrangidas:

6.7.1. Criação e veiculação de campanhas publicitárias institucionais.

6.7.2. Divulgação de eventos e programas acadêmicos.

6.7.3. Promoção de iniciativas de captação de alunos e engajamento da comunidade acadêmica.

6.8. Prazos para a Transição:

6.8.1. A transição deve ser completada dentro dos primeiros 30 dias do contrato, com revisões periódicas a cada trimestre para ajustes necessários.

6.9. Riscos da Transição:

6.9.1. Incompatibilidade de visões entre a FEMA e a agência que pode afetar a qualidade e eficácia das campanhas publicitárias.

6.9.2. Atrasos na execução das campanhas que podem impactar eventos e datas importantes para a instituição.

6.9.3. Falha na comunicação entre as partes que pode resultar em mal-entendidos e execução inadequada das estratégias de publicidade.

6.9.4. A transição deve ser gerenciada de forma a minimizar esses riscos, com cláusulas contratuais claras e mecanismos de resolução de conflitos estabelecidos.

6.10. Relevância dos requisitos estipulados:

6.10.1. A contratação de serviços de publicidade pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) é justificada pela necessidade de uma comunicação eficaz e eficiente, que exige alto grau de técnica e expertise intelectual, especialmente em criações artísticas. A modalidade de licitação técnica e preço, conforme o Art. 28, II da Lei 14.133/2021, é a mais adequada para este tipo de serviço, pois permite avaliar tanto o custo quanto a qualidade técnica das propostas, garantindo que a agência selecionada ofereça o melhor equilíbrio entre custo e qualidade técnica.

6.10.2. A avaliação da proposta técnica é crucial para assegurar que a agência de propaganda escolhida possua a capacidade de atender às necessidades específicas de comunicação da FEMA, conforme estipulado na Lei 14.133/2021. Isso é essencial para garantir que os objetivos de comunicação da FEMA sejam alcançados de maneira eficaz, refletindo diretamente nos princípios de eficiência e efetividade.

6.10.3. A aplicação da Lei 14.133/2021, complementada pela Lei nº 12.232/2010 conforme o Art. 186, assegura que o processo de contratação seja conduzido de maneira legal e transparente, respeitando os princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e isonomia. Essa abordagem não apenas cumpre com as exigências legais, mas também promove a confiança pública no processo de contratação, garantindo que ele seja justo e competitivo.

6.10.4. Portanto, a contratação de uma agência de propaganda sob esses requisitos e modalidade de licitação não apenas atende às necessidades específicas da FEMA, mas também assegura aderência aos princípios fundamentais da administração pública, promovendo uma gestão eficiente e transparente dos recursos públicos.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

7.1. Para o levantamento de mercado foram analisadas as alternativas de contratação de freelancers ou pequenas agências que possam oferecer serviços mais limitados a custos reduzidos. No entanto, essas alternativas podem não ter a mesma capacidade de alcance e qualidade comparáveis a uma agência de propaganda especializada, o que pode comprometer a eficácia das campanhas publicitárias.

7.2. Com base na necessidade da Administração, a análise do mercado aponta como

melhor solução a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço terceirizado(s), dado que as atividades que se visa a contratar são de caráter acessório e, por isso, preferencialmente objeto de execução indireta.

7.3. A contratação de empresa terceirizada especializada na prestação dos serviços de publicidade e propaganda justifica-se como a solução mais eficiente e eficaz para as necessidades da FEMA.

8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

8.1. A descrição da solução para a contratação de uma agência de propaganda pela Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) envolve a seleção de uma agência especializada capaz de atender às necessidades complexas de comunicação da instituição. A necessidade de contratação é justificada pela o que estabelece a Lei 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos nas atividades de criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários.

8.2. A contratação de uma agência especializada é essencial para manter a visibilidade da instituição, aumentar a captação de alunos e fortalecer sua marca institucional.

8.3. A solução proposta inclui a licitação na modalidade Concorrência com critério de julgamento do tipo técnica e preço, que é adequada para serviços que envolvem predominância de fatores técnicos ou de natureza intelectual. A avaliação da proposta técnica será crucial para garantir a qualidade e eficácia da agência selecionada. A Lei 14.133/2021, em seu Art. 186, também estabelece que suas disposições se aplicam subsidiariamente à Lei nº 12.232/2010, que regulamenta as contratações de serviços de publicidade pela administração pública.

8.4. A agência de publicidade além de prestar serviços de maneira direta também será responsável pelo assessoramento e intermediação com os fornecedores de produção e veículos de comunicação. Ela será a solução para demandas da FEMA no desenvolvimento, acompanhamento, supervisão intermediação de matérias de comunicação e marketing.

8.5. Em comparação com as soluções disponíveis no mercado mostra que a

contratação de uma agência especializada é mais vantajosa do que alternativas como freelancers ou pequenas agências, devido à capacidade de alcance e qualidade superior que uma agência especializada pode oferecer. A escolha por uma licitação do tipo técnica e preço, conforme a Lei 14.133/2021, garante um processo de seleção que valoriza tanto a qualidade técnica quanto o custo, resultando em uma solução eficaz e econômica para a FEMA.

8.6. Portanto, a solução de contratar uma agência de propaganda especializada, utilizando a modalidade de licitação técnica e preço, é a mais adequada para atender às necessidades de comunicação da FEMA, garantindo a transparência e eficiência do processo conforme os princípios estabelecidos pela Lei 14.133/2021.

9. ESTIMATIVA DA QUANTIDADE DO SERVIÇO

9.1. O tempo de contratação é de 12 meses podendo ser renovado por sucessivos períodos nos termos da lei, os quantitativos de despesas foram estimados considerando a demanda realizadas durante a vigência do contrato nº 031/2019 com a previsão de aumento para o período de 1 (um) ano para a nova contratação.

9.2. A estimativa de aproximadamente R\$ 1.300.000,00 (um milhão e trezentos mil reais)

9.3. Esse montante foi calculado de forma criteriosa para assegurar que a FEMA tenha condições de executar suas campanhas publicitárias de maneira eficiente, garantindo visibilidade, captação de alunos e fortalecimento da marca institucional

9.4. Para a solução compreende as seguintes Programação: criação, previsão de produção e veiculação de anúncios:

MÍDIA
TELEVISÃO:
TV Aberta
MÍDIAS DIGITAIS
Redes Sociais, Portais, Blogs, Buscas, Landing Pages
MOBILE MARKETING
Envio de mensagens instantâneas, SMS, Whatsapp

MÍDIAS OU OF HOME
Outdoors, Painéis Digitais, Painéis de rodovia
RÁDIOS
Ao Vivo e Online
JORNAIS
Impresso e eletrônico
CRIAÇÃO/LAYOUT E ARTE FINAL
Comercial para TV 30", 4 roteiros
Campanhas de mídia digital, 8 criações
Outdoor, 10 criações
Spot para Rádio, 5 criações
Anúncio Jornal, 4 criações
Faixa de rua, 2 criações
Flyers, 4 criações
Folder, 2 criações
PESQUISA
Pesquisa de hábitos de consumo de mídia e audiência (uma unidade)
PRODUÇÃO GRÁFICA
Faixa, flyers, folders
PRODUÇÃO RTVC
Spot, comercial TV

9.5. O preço do investimento para o período de 1 (um) ano foi estimado com base na análise detalhada dos custos e na necessidade de manter a qualidade e a eficiência das campanhas publicitárias. Este valor está em conformidade com o histórico de despesas e o planejamento estratégico da FEMA

10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. A estimativa de aproximadamente R\$ 1.300.000,00 anuais para a contratação de serviços de publicidade e propaganda está fundamentada na necessidade de atender às demandas institucionais da FEMA de forma ampla e diversificada, com ações estratégicas de comunicação que abrangem campanhas institucionais,

divulgação de eventos acadêmicos e científicos, promoção de cursos, programas de bolsas de estudo, extensão universitária e ações sociais.

10.2. Esse valor reflete a amplitude e complexidade das campanhas publicitárias, que exigem uma presença constante em diversos meios de comunicação, incluindo mídia impressa, digital, televisiva e radiofônica, além de redes sociais. A necessidade de produção de conteúdo personalizados, juntamente com os custos elevados de veiculação, impacta diretamente o orçamento previsto. Além disso, as despesas associadas ao planejamento, criação e execução das campanhas demandam um alto nível de especialização, o que reforça a adequação do valor estimado.

10.3. O valor estimado também está em conformidade com o histórico de despesas da FEMA com publicidade em anos anteriores, onde foram utilizados R\$ 1.000.000,00 no período de 2021/2022 (segundo e terceiro termos aditivos), R\$ 604.243,25 no período de 2022/2023 (quarto, quinto e sexto termos aditivos) e R\$ 850.000,00 no período de 2023/2024 (sétimo termo aditivo). Esse histórico demonstra a necessidade crescente de recursos para atender às demandas institucionais.

10.4. A estimativa de R\$ 1.300.000,00 para o exercício de 2024/2025 foi estabelecida com base nas diretrizes fornecidas pela Direção Executiva da FEMA. O montante foi definido considerando as projeções de crescimento da instituição e a demanda por ações publicitárias mais robustas, dentro dos limites legais estabelecidos, em especial os parâmetros da Lei 12.232/2010, que rege a contratação de serviços de publicidade na administração pública.

10.5. Dessa forma, o valor de R\$ 1.300.000,00 para os serviços de publicidade e propaganda está devidamente justificado, sendo compatível com o histórico de contratações anteriores, a ampliação das atividades institucionais e o planejamento orçamentário da FEMA, visando garantir a execução de ações publicitárias de forma eficiente e conforme os princípios que regem a administração pública, notadamente os da economicidade e eficiência.

10.6. Justificativa da estimativa de preços própria:

10.6.1. A estimativa de preço para a contratação de agência de publicidade, no valor

de R\$ 1.300.000,00, foi calculada com base em critérios técnicos e objetivos, de acordo com as necessidades da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA) para o período de 12 meses. A metodologia utilizada seguiu parâmetros normativos e considerações de mercado, com foco na Lei 12.232/2010, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade por órgãos públicos.

10.6.2. A quantificação do objeto contratual teve como fundamento o volume e a diversidade das ações publicitárias que deverão ser realizadas ao longo do período contratual. A FEMA necessita de uma ampla cobertura de comunicação para assegurar sua visibilidade e captação de alunos, bem como para a promoção das suas atividades educacionais, de pesquisa e de extensão. Nesse sentido, o valor foi definido levando-se em consideração:

a. Volume de ações: Estima-se a necessidade de produção contínua de peças publicitárias em variados formatos (audiovisuais, impressos e digitais), com ampla difusão em diferentes meios de comunicação, como TV, rádio, internet, redes sociais e mídia impressa.

b. Diversidade de campanhas: As campanhas devem englobar atividades diversas da FEMA, incluindo divulgação dos cursos de graduação e pós-graduação, eventos institucionais, programas de pesquisa e extensão, além de atividades voltadas ao público externo.

c. Aumento da demanda: O cenário atual da FEMA prevê um incremento nas ações de captação e retenção de alunos, exigindo maior frequência e qualidade nas campanhas de marketing.

11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

11.1. Os pagamentos serão efetuados em parcelas mensais, com prazo de até 15 (quinze) dias úteis após o recebimento do relatório de atividades e a Nota Fiscal correspondente.

12. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

12.1. Não haverá parcelamento da solução tendo em vista que a contratação será

realizada com um único fornecedor.

13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

13.1. Após análise do documento enviado e das disposições da Lei nº 14.133/21, não foram identificadas contratações correlatas ou interdependentes em andamento que possam interferir ou merecer maiores cuidados no planejamento da futura contratação.

13.2. O planejamento da contratação deve observar o cronograma de execução dos serviços, conforme disposto no art. 115, §1º, da Lei nº 14.133/21, que proíbe a Administração de retardar imotivadamente a execução de obra ou serviço, ou de suas parcelas, inclusive na hipótese de posse do respectivo chefe do Poder Executivo ou de novo titular no órgão ou entidade contratante.

14. RESULTADOS ESPERADOS

14.1. A contratação de uma agência especializada é essencial para manter a visibilidade da instituição, aumentar a captação de alunos e fortalecer sua marca institucional. Neste sentido a FEMA espera obter os seguintes resultados:

14.1.1. Alinhamento Estratégico: A agência contratada deverá demonstrar um entendimento profundo da missão, visão e valores da FEMA, garantindo que todas as campanhas publicitárias reflitam a identidade institucional e as metas educacionais.

14.1.2. Desenvolvimento de Campanhas Eficazes: Espera-se que a agência desenvolva campanhas criativas e impactantes que atinjam o público-alvo, promovendo os projetos educacionais e eventos da FEMA. Isso inclui a elaboração de peças publicitárias que engajem e informem a comunidade sobre as iniciativas da instituição.

14.1.3. Aumento da Visibilidade: Um dos principais resultados esperados é o aumento da visibilidade da FEMA, tanto em meios digitais quanto tradicionais. A agência deve implementar estratégias que ampliem a presença da Fundação nas redes sociais, em veículos de comunicação e em eventos comunitários.

14.1.4. Mensuração de Resultados: É essencial que a agência desenvolva métricas claras para avaliar o desempenho das campanhas. A análise de dados, como alcance,

engajamento e retorno sobre investimento (ROI), permitirá ajustes contínuos nas estratégias.

14.1.5. Conformidade Legal: A contratação deve seguir rigorosamente a Lei 12.232/2010, garantindo que todos os processos de criação, produção e veiculação de conteúdos publicitários estejam em conformidade com as normas legais vigentes. Isso inclui a transparência nos gastos e a prestação de contas.

14.1.6. Atendimento Personalizado: A agência deve oferecer um atendimento próximo e personalizado, adaptando-se às demandas específicas da FEMA e proporcionando consultoria constante sobre tendências de comunicação e marketing.

14.1.7. Fortalecimento da Marca: Um resultado de longo prazo esperado é o fortalecimento da marca da FEMA, construindo uma imagem positiva e consolidando a confiança da comunidade e dos stakeholders na qualidade e relevância das suas ações educacionais.

14.1.8. Inovação e Criatividade: A expectativa é que a agência traga inovação e criatividade para os projetos, utilizando novas tecnologias e formatos que se conectem melhor com o público, especialmente os jovens e as famílias.

14.2. Em resumo, a contratação de uma agência de publicidade deve trazer benefícios significativos para a Fundação, ajudando-a a se comunicar de maneira mais eficiente e a engajar a comunidade de forma efetiva, sempre dentro dos parâmetros legais e com foco em resultados mensuráveis.

15. PRAZO DE VIGÊNCIA CONTRATUAL

15.1. O prazo de vigência contratual será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado na forma e condições estabelecidas na Lei nº 14.133/2024.

15.1.1. Caso o contrato venha a ser prorrogado os valores poderão ser corrigidos pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA.

16. DO LOCAL E DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

16.1. A sede da agência é um local adequado para a execução dos serviços de publicidade, desde que a contratada mantenha uma comunicação eficaz com a FEMA

e esteja disponível para reuniões e visitas presenciais, se necessário. A flexibilidade no horário de execução dos serviços também será essencial, visando atender as demandas da FEMA de maneira eficiente e tempestiva.

17. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

17.1. Os serviços serão avaliados com base na qualidade técnica das soluções propostas, no cumprimento dos prazos estabelecidos e na conformidade com as especificações, execuções de campanhas eficazes, inovadoras e de acordo com os valores institucionais da Fundação.

18. CONTROLE E FISCALIZAÇÃO

18.1. A fiscalização do contrato seguirá os padrões estabelecidos no artigo 117 da Lei nº 14.133/2021, garantindo o cumprimento de todas as especificações técnicas e normas regulatórias aplicáveis.

19. ANÁLISE DE RISCO

19.1. Não foram identificados riscos substanciais fora os comuns a toda contratação semelhante, tais como: a inexecução total ou parcial do ajuste pactuado; o não cumprimento de obrigações, especificações e prazos; bem como a ocorrência de caso fortuito ou de força maior.

19.2. Entende - se que as ações, de iniciativa da Administração, necessárias para reduzir a ocorrência dos riscos identificados, já estão previstas nos normativos aos quais à contratação do presente serviço deverá estar devidamente fundamentada, representadas pelas sanções administrativas a serem definidas, observando- se os aspectos e características do seu objeto.

20. NECESSIDADES DE ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE

20.1. Sem alterações necessárias para esta contratação, os serviços serão prestados na sede da agência, com disponibilidade para reuniões e visitas presenciais na FEMA para manter uma comunicação eficaz.

21. VIABILIDADE OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

21.1. O estudo preliminar traz evidencia com base na solução proposta e nos

benefícios produzidos pela contratação ora descrita, ou seja, a contratação de agência de propaganda nos termos da Lei nº 12.232/2010, visando serviços de publicidade da FEMA - FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS, mostra-se tecnicamente possível e fundamentadamente necessária, tendo em vista também a alta relevância destes serviços para a FEMA.

Diante do exposto, declara-se ser viável a contratação pretendida.

Assis, 01 de outubro de 2024

Hilário Vetore Neto
Diretor Executivo

Eduardo Aparecido de Souza
Chefe de Seção

Juliana Santos De Nigris Batista
Chefe de Seção

Isadora Pelizone de Lima Cintra
Assistente Administrativo



VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 7F29-BA87-CB8F-9820

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ EDUARDO APARECIDO DE SOUZA (CPF 138.XXX.XXX-37) em 02/10/2024 15:06:13 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

- ✓ JULIANA DE NIGRIS (CPF 384.XXX.XXX-04) em 02/10/2024 15:41:50 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

- ✓ ISADORA PELIZONE DE LIMA CINTRA (CPF 442.XXX.XXX-78) em 02/10/2024 15:59:44 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

- ✓ HILÁRIO VETORE NETO (CPF 297.XXX.XXX-22) em 03/10/2024 11:40:03 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://fema.1doc.com.br/verificacao/7F29-BA87-CB8F-9820>