



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

(Elaborado com base na Lei Federal nº 8.666/93 – Art. 6º, inciso IX e art. 7º e art. 15, § 7º, inciso III).

I. INTRODUÇÃO: O presente Estudo Técnico, possui o escopo de ofertar os subsídios necessários para o registro e estabelecimento do princípio da motivação do ato administrativo, especialmente aquele voltado à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda.

II - DO OBJETO

Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de natureza contínua nos setores de publicidade e propaganda para executar um 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 difundir os serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, interno (endomarketing) e externo. Como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes 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; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, redes sociais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias no assessoramento e apoio no desenvolvimento e execução em ações de comunicação.

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, vedada a inclusão de matéria estranha ou que não guarde pertinência com o objeto do contrato;

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.

A agência atuará por ordem e conta do Câmara Municipal de Nova Andradina/MS em conformidade com o art. 3º, da Lei nº 4.680/65, na contratação de:

a) A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

III. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

A Lei 12.232, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

A contratação de Agências de Propaganda pela Administração Pública sempre se pautou pela Lei Geral de Licitações, Lei nº 8.666/93 e da Lei nº 12.232/2010.

Além disso, pela Lei 12.232, em seu artigo 5º, ficou expresso que as licitações de serviços publicitários adotarão, obrigatoriamente, os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Citadas normas trazem regras e procedimentos que permitem, eficientemente, a escolha da melhor proposta para prestação de serviços por agências de publicidade, já que a ferramenta e diferencial neste mercado é a criatividade dos profissionais, característica capaz de ser valorada apenas subjetivamente.

De qualquer sorte, a Administração Pública utilizou-se dos instrumentos que detém e com a modalidade licitatória da Tomada de Preços, conjugadas aos tipos de licitação ‘técnica e preço’ ou ‘melhor técnica’, que permitem atribuir pontos e pesos aos critérios técnicos da proposta, relevando para um segundo momento o preço do serviço, foi possível efetuar as contratações de Agências de Publicidade até a promulgação da nova Lei.

O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil. A publicidade desempenha um importante papel na sociedade, a contratação pretendida atende as Leis na Administração Pública e contribui para a execução da missão de garantir à sociedade que o direito constitucional preceitua: planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem dar visibilidade e reforçar a imagem das atividades da instituição, sob a ótica da transparência e do interesse público.

É dever ainda do Poder Legislativo prestar contas de todos os seus atos consagrando seu caráter de transparência e publicidade. É seu dever também prestar aos cidadãos todas as informações que considere de interesse público e que estejam relacionadas aos trabalhos administrativos, mobilizando-os para atuarem junto à Câmara Municipal, em favor de uma maior e mais eficaz ação compartilhada do poder público e político.

Assim, a política de comunicação social da Câmara Municipal deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem dar visibilidade e reforçar a imagem das atividades da instituição, sob a ótica da transparência e do interesse público.

Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito da Câmara Municipal, vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados na execução de objetivos e compromissos assumidos.

Portanto, a contratação do objeto deste ETP se justifica, sobretudo, pela utilidade pública dos serviços de publicidade, os quais objetivam criar um fluxo permanente de informações para a



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

população, possibilitando a ela melhor relacionamento a Câmara Municipal e maior utilização dos serviços por ela prestados.

IV REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Conforme Estudos Preliminares, os requisitos da contratação abrangem o seguinte:

Atestados de Capacidade Técnica Operacional em nome da empresa licitante, a serem expedidos por 02 (duas) empresas jurídicas e/ou pessoa física que comprovem a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias contados da data de emissão do Atestado. Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser atestados pelos responsáveis legais.

Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, incorporado ao sistema legal por força do Decreto n. 4.563/02, para atendimento do art. 30, inciso II da Lei 8.666/93.

Atestado de Capacidade Técnica, fornecidos por 01 (um) veículo de comunicação ou fornecedores, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. O atestado deverá ser apresentado em papel timbrado do emitente ou conter razão social, CNPJ, endereço, telefone e ser firmados pelos responsáveis legais, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias contados da data de emissão do Atestado.

V – MODELO BRIEFING - PROJETO BÁSICO – ANEXO I

Todo rito no atendimento e prestação de serviço estão contidos na Lei nº 4.680/1965, Lei nº 12.232/2010, Lei 14.356/2022 e subsidiariamente a nº 8.666/93 e alterações, sendo contemplada ainda a tabela de valores referenciais do Sindicato das Agências de Publicidades de MS – SINAPRO/MS, e ainda a Resolução TCE/MS nº 88/2018 – Manual de Peças Obrigatórias.

Trata-se de prestação de serviço técnico especializado, de cunho intelectual na recepção da demanda, por meio de um “*briefing*” (situação/problema) que irá estabelecer em proposta de atendimento, por meio de uma concepção de resolução a situação problema e apresentando uma estimativa dos custos de criação e produção, em conformidade com o contido na Lei nº 12.232/2010.

O documento “*briefing*” se destina a orientar as agências licitantes na elaboração de uma campanha publicitária ficcional, necessária para a demonstração de sua capacidade técnica e artística.

O “*briefing*” vem substituir as exigências da Lei 8.666/93, quanto ao disposto no seu artigo 40, parágrafo 2º, incisos I e II que define a necessidade de apresentar um “projeto básico e/ou executivo, com todas as suas partes, desenhos, especificações e outros complementos” e um “orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários”.

Tanto que no artigo 6º d Lei 12.232/2010 determina que “a elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas neste Lei obedecerá às exigências do artigo 40 da Lei 8.666/93, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu parágrafo 2º”.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

Por se tratar de um serviço considerado contínuo, a modalidade escolhida poderá ser Concorrência do tipo Técnica e Preço, atendendo ao requerido no art. 46, §2º, II, a classificação dos proponentes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnicas e de preço, de acordo com os pesos preestabelecidos no instrumento convocatório.

Nesse ponto, podem-se ser apresentados como fundamentos para a escolha do tipo “melhor técnica e preço” os seguintes fatores:

- o nível de qualificação técnica da agência a ser contratada não é requisito exclusivo e único para a adequada execução contratual e, por conseguinte, para a identificação da proposta mais vantajosa para a administração pública;
- no Acórdão TCU n. 1.488/2009-Plenário ficou assentado que a adoção da *“licitação do tipo ‘técnica e preço’ já proporciona a contratação de propostas de melhor qualidade, uma vez que a técnica passa a compor a nota final do certame, abrindo possibilidade para que, a despeito de apresentarem custos superiores, empresa com técnica mais apurada vençam a disputa”*;

Para julgamento da proposta de preço, será estabelecido critério de pontos, onde quanto maior for o desconto oferecido pela empresa participante maior sua pontuação, cuja classificação das propostas de preços será feita mediante a aplicação do critério de julgamento do menor preço, conforme previsto no §2º, incisos I e II, do art. 46, da Lei n. 8.666/93, em obediência ao inciso IX, do §4º, do art. 11, da Lei nº 12.232/2010, considerando um máximo de 100 (cem) pontos.

A remuneração de agência de publicidade possui critérios em legislação vigente e os critérios de redução de valor, com margem de redução aceitáveis e prevista na legislação. São algumas possibilidades de remuneração, na criação de campanha, valores contidos na tabela do SINAPRO/MS, e com base no valor da tabela.

Para apresentação da proposta de preços relacionada a criação/custos internos, o edital estabelecerá as possibilidades do desconto, em até 60 (sessenta) pontos, para agência que cobrar os menores valores de custos internos com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Mato Grosso do Sul limitados a 40% (quarenta por cento).

Os critérios de pontuação serão determinados no edital verificando-se os custos internos de produção que são mais onerosos para a administração pública, por isso, atribuir peso a este critério incentiva um maior desconto e, conseqüentemente, maior benefício ao contratante.

VI. DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E DA LEGISLAÇÃO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TIPO DE LICITAÇÃO: ‘melhor técnica’ ou ‘técnica e preço’;

Nos termos da legislação vigente, os bens e serviços comuns devem ser adquiridos mediante Pregão e a inviabilidade de sua utilização deve ser justificada no pedido de contratação. Desta forma, entende-se que as características dos serviços de publicidade são diferenciadas, razão pela qual não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, tendo em vista que



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

não são dotados de padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado.

Além disso, a Lei n' 12.232/2010 já define as modalidades de licitação possíveis de serem utilizadas para a contratação de serviços de publicidade, dentre as quais não se inclui o Pregão.

A escolha da modalidade "TOMADA DE PREÇOS" se deu por conta do valor global da contratação, bem como por conta das exigências contidas nas Leis n's 12.232/2010 e 8.666/1993.

A escolha do tipo "TECNICA E PREÇO" foi feita com respaldo em orientações contidas na Lei n' 12.232/2010, com o objetivo de selecionar uma Agência de Propaganda suficientemente qualificada, detentora de um domínio técnico necessário às necessidades da Câmara Municipal, porém, com a adoção de um preço justo, consideradas as particularidades da atuação publicitária.

A busca por melhores e mais adequadas formas de contratação de serviços de publicidade levam sempre em conta a conciliação da excelência na prestação desses serviços com a aplicação do princípio da vantajosidade para a Administração.

Desta forma, o tipo "técnica e preço" adotado objetiva a seleção de uma Agência que reúna, de fato e de direito, os atributos que a configurem como a proposta mais vantajosa, com base nos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.

Os serviços de publicidade são de natureza contínua e, portanto, se enquadram nas disposições do art. 57, inciso II e parágrafo 4º da Lei 8.666, podendo ser prorrogados a critério da Administração Pública e que sejam motivadas as prorrogações com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração Pública. Anteriormente, limitado o prazo do contrato original e suas prorrogações a 60 meses, esse prazo foi ampliado por mais 12 meses, em caráter excepcional, devidamente justificado e mediante autorização da autoridade superior. A prorrogação não decorre apenas e tão somente de poder se obter melhores preços, mas também e principalmente, para se obter condições mais vantajosas para Câmara Municipal no que tange à sua comunicação

VII. ESTIMATIVAS DA QUANTIDADE E DO VALOR COM ANÁLISE DA DEMANDA

Foram realizadas estimativas de valores conforme estimativas do exercício anterior.

Sobre essa tabela, as licitantes deverão indicar o percentual de desconto que darão sobre a mesma, com base no percentual mínimo de desconto estabelecido no anexo II - **MODELO SUGERIDO DE PROPOSTA DE PREÇOS**.

VIII. ESTIMATIVA PRELIMINAR DE PREÇOS

Assim sendo, informamos que a consulta e os levantamentos foram baseados através da própria contratação anterior ainda em vigência, realizada através da tomada de preço nº 001/2018, via processo administrativo nº 19/2018.

A norma legal que rege as licitações para a contratação desses serviços pela Administração Pública é a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis 8.666/93 e 4.680/65, assim como o Decreto n 4.563/2002.

A forma de remuneração das Agências de Publicidade está prevista no inciso V do artigo 6º. Da Lei 12.232/2010 que dispõe:



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

“Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do artigo 4º da Lei n. 8.666 de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu parágrafo 2º e as seguintes: (.....)

V. a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.” Sendo as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário as indicadas nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão, as disposições dessas Normas, portanto, devem ser seguidas pela Administração Pública, na elaboração dos editais de licitações e nos subseqüentes contratos administrativo, tal como previsto no Decreto n. 4563/2002.

Em relação aos custos internos, será aplicada referencialmente a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado em que se situa o órgão público que realiza a licitação. (Tabela em anexo).**

Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

IX. PROCEDIMENTOS DE GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO.

A Câmara Municipal utiliza a publicidade e a propaganda como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à sociedade e à comunidade médica. Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais,

A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica a menor custo, trará ganhos para a Câmara Municipal por oferecer condições que permitirão dar ainda maior visibilidade aos temas das campanhas e o uso racional dos recursos destinados a este fim.

O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

Serão gestores do contrato o servidor, Sr. Axel Dias Oliveira e a servidora Sra. Rita de Cássia Carriel da Costa Timóteo (fiscal de contrato), que terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução e entrega dos serviços contratados.

Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá aos gestores verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

Constituirá responsabilidade exclusiva dos gestores, verificar e adotar as providências que se fizerem necessárias junto à Contratada, quanto à adequação dos preços das contratações aos praticados no mercado.

A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante DA CONTRATADA.

O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade da prestação dos serviços, dos materiais, técnicas e equipamentos empregados, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, que serão exercidos por um ou mais representantes da Contratante, especialmente designados, na forma dos arts. 67 e 73 da Lei nº 8.666, de 1993.

X - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Para que a contratação atinja os resultados almejados pela Administração, é imprescindível que a CONTRATADA:

I - Realize os serviços de acordo com todas as exigências contidos no Termo de Referência, no Briefing e no contrato;

II - Atue por ordem e conta da Administração, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias;

III - Opere como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

IV – Observe as regras contratuais e da legislação (em especial trabalhista e administrativa) que envolve o serviço.

V - A juízo da Administração, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentar na licitação que der origem a contratação poderá vir a ser produzida e distribuída durante a vigência contratual, com ou sem modificações.

VI - A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

VII - Todos os custos referentes aos Prepostos serão de responsabilidade da CONTRATADA.

XI - JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

Conforme dispõe o art. 23, § 1º, da Lei nº 8.666/93, o parcelamento do objeto licitatório deve ser a regra, desde que não haja “perda da economia de escala”. Mostra-se claro e evidente. Assim sendo, favorecerá a prestação de forma parcelada cumprindo assim com o Princípio da Economicidade nesta contratação, princípio este imprescindível ao procedimento licitatório.

XII - DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

A transparência dos atos da Administração Pública, alicerçada juridicamente no inciso XXXIII do artigo 5º da Constituição Federal, visa não apenas dar acesso à população de dados relativos às ações de governo, mas também fazê-lo de forma clara e acessível aos diferentes extratos sociais.

Objetivos estratégicos

E, portanto, com base no princípio constitucional acima referido e por reconhecer o papel da comunicação na construção da cidadania e dos valores democráticos, que a Câmara Municipal estabelece o presente Plano de Comunicação, fundamentado em dois grandes objetivos estratégicos:

O primeiro vai além da simples prestação de contas de suas ações, imprescindível em qualquer plano de comunicação emanado do poder público, mas fazê-lo de forma tal que o cidadão possa compreender e atuar como fiscal máximo dos poderes.

O segundo objetivo estratégico é aumentar a participação popular nos processos e atividades Administração, envolvendo a população na formulação das leis que orientam as políticas públicas, em especial a lei orçamentária que há muitos anos vem tendo participação expressiva da população na sua elaboração, bem como por meio do chamamento para participar das audiências públicas, seminários, reuniões e demais atividades desenvolvidas.

XIII - CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTE e ADEQUAÇÃO AMBIENTE.

No momento não há perspectiva de contratações correlatas ou interdependentes para o atual objeto.

Providências a serem adotadas para esta solução: não há necessidade de ajustes nas instalações do órgão ou fornecimento de serviço adicional para que a contratação surta seus efeitos.

XIV - DOS CASOS OMISSOS

Os casos omissos serão decididos pela CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.666/93 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e demais normas aplicáveis à matéria de licitações e contratos administrativos, e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei n.º 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

Para fins desta licitação, o Briefing e Modelo de proposta (**Anexo I e Anexo II**) reúne as informações necessárias à elaboração da Proposta Técnica e proposta de preços.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

O presente estudo técnico preliminar foi elaborado pela seguinte equipe de planejamento da contratação:

XV - DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

O processo de contratação será realizado com base na dotação orçamentária para o ano de 2023, em atenção a Lei Anual Orçamentária – LOA/2023, conforme a necessidade e viabilidade orçamentária da Câmara Municipal.

Diante do exposto no estudo técnico preliminar declara ser viável a contratação desse serviço.

Nova Andradina, 12 de junho de 2023

LEANDRO FERREIRA LUIZ FEDOSI
Presidente da Câmara Municipal de Nova Andradina-MS

AXEL DIAS OLIVEIRA
Diretor Administrativo



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

ANEXO I BRIEFING - PROJETO BÁSICO

1 - Órgão público:

Câmara Municipal de Nova Andradina/MS

2 - Campanha de valorização da participação feminina na política: "Mulheres na Câmara! Juntas, construímos um futuro igualitário!"

3 - Objetivos de comunicação:

Campanhas da Câmara: Conscientização e Engajamento

1. Encorajar e motivar mulheres a se envolverem ativamente na política, especialmente na busca por cargos de vereadoras.
2. Destacar a importância da presença feminina na tomada de decisões políticas e legislativas.
3. Promover a igualdade de gênero na representação política, incentivando a diversidade e a inclusão.
4. Conscientizar a população sobre os desafios enfrentados pelas mulheres na política e na busca por cargos eletivos.
5. Combater estereótipos e preconceitos de gênero que possam dificultar a participação política das mulheres.
6. Estimular a formação de redes de apoio e mentoria entre mulheres interessadas em ingressar na política.
7. Divulgar histórias de sucesso de mulheres políticas, destacando suas realizações e contribuições para a comunidade.
8. Promover a importância da equidade de gênero na formulação de políticas públicas e na representatividade das demandas da população.
9. Oferecer capacitação e recursos para mulheres interessadas em se envolverem na política local.
10. Estabelecer parcerias com organizações e entidades que promovam a participação feminina na política, fortalecendo o movimento em prol da igualdade de gênero.

4 - Campanha Simulada:

Criar uma campanha simulada com os objetivos acima e de acordo com as peças da Ideia Criativa.

5 - Período de veiculação

Agosto 2023.

6 - Verba simulada disponível:

R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais)

7 - Público Alvo

O cidadão do Município de Nova Andradina - MS.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA ANDRADINA ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL

ANEXO II - PROPOSTA DE PREÇOS MODELO SUGERIDO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Permanente de Licitação/MS

Processo n°

TOMADA DE PREÇO - Edital n°

Sessão Pública: __/__/__, às __:__:__ horas.

A empresa (*razão social da licitante*) _____, sediada à _____ (*endereço completo*), com Inscrição Estadual n° _____, inscrita no CNPJ sob o n° _____, tendo recebido todos os documentos e informações necessárias para o cumprimento integral das obrigações do objeto da presente licitação, que trata da _____ (*especificar o*

objeto), após cuidadoso exame e estudo do edital e seus anexos, e estando de acordo com seus termos e com a legislação nele indicada, vimos apresentar a nossa proposta conforme segue.

Declaramos que, na vigência do contrato oriundo do procedimento licitatório em epígrafe, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a). Aplicaremos desconto de ____% (.....) sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul (SINAPRO/MS) - tendo como limite do edital o máximo de 40% (quarenta por cento) -, estabelecendo portanto em ____ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

b). Aplicaremos honorários de ____% (.....), relativos e pertinentes {a supervisão de produção externa incidente sobre os custos de serviços e suprimentos externos de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais contratados com fornecedores - tendo como limite do edital o máximo de 15% (dez por cento) -, estabelecendo, portanto, em ____ pontos nossa pontuação a ser aplicada neste item;

c). Obrigamo-nos, caso nos seja adjudicado o objeto da licitação em causa, a comparecer na data, horário e local estabelecidos pela Comissão Permanente de Licitação, para proceder à assinatura do Contrato.

Atenciosamente,

(Local e Data).....

(representante legal da empresa)

CARIMBO DO CNPJ/MF

OBS.: O percentual de desconto a ser oferecido pela licitante incidirá sobre os custos internos de criação e montagem, apurados em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso do Sul – Sinapro/MS.