

ESTUDOS TÉCNICOS PRELIMINARES

1. Necessidade da Contratação:

- 1.1. A Divisão de Assessoria de Comunicação Social do Tribunal Regional do Trabalho da 16ª Região (TRT-16) realiza diversas ações com o propósito de informar a sociedade sobre direitos e deveres trabalhistas, logo, a referida unidade necessita da contratação de empresa para a prestação, eventual e futura, de serviços de comunicação, uma vez que é de notório interesse público para atingir a sociedade como um todo.
- 1.2. Há previsão de contratação de empresa de comunicação no Plano Anual de Contratações (PAC) 2023/2024.

2. Levantamento de Mercado

2.1. Identificação das Soluções de mercado

2.1.1 Mídias Digitais: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Whatsapp. Ferramentas já utilizadas por este TRT-16 para divulgação interna e externa, sem custos.

2.1.2 Divulgação em mídias de Televisão: Para uma campanha efetiva na televisão, deve-se avaliar a emissora mais assistida pelo público, o horário com maior audiência e o formato e linguagem do conteúdo. Uma única inserção não tem absorção. Há a necessidade de repetição e mesmo de continuidade para provocar recall e assimilação da mensagem. Precisa-se passar o recado inteiro, em um curto tempo. Dessa forma, a objetividade é fundamental, o que é corretamente alcançado por meio de contratação de profissionais de publicidade e propaganda.

2.1.3 Divulgação em Rádio: O ideal para esse tipo de publicidade é investir na Rádio AM para atrair a atenção do público-alvo que se atualiza por este veículo. Necessita-se então de várias inserções em repetição, ou em continuidade, para garantir o recall da mensagem. Necessita, ainda, de atenção à forma, estilo e processo criativo, pois pode pecar por ser considerada intrusiva, spam, chata, inoportuna, insistente, ou outro. Além disso, é preciso a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para fazer o Jingle (comercial cantado, com música própria da marca ou do produto), Spot (locação, com trilha e sonoplastia ao fundo), ou Merchandising (participação junto com o locutor do programa).

2.1.4 Publicação em jornal digital: É necessário ter um smartfone e estar conectado a internet para conseguir ler a divulgação, o que dificulta a acessibilidade daqueles que não possuem tais recursos. O excesso de atualização das informações muitas vezes pode denegri-las, levando o fator confiança entrar em descrédito, não identificando a veracidade da notícia.

2.1.5 Outdoors, Backbus, Banners e Adesivos: O outdoor é uma mídia de grande impacto, pois consegue alcançar muitas pessoas ao mesmo tempo. Por ter o poder de atingir variados habitantes de uma cidade, de diferentes classes sociais e faixas etárias, ele é considerado uma expressiva mídia de massa. A adesivação de ônibus oferece uma ampla visibilidade para a mensagem divulgada, com alcance de diferentes áreas e públicos, o que aumenta a chance de a mensagem chegar a um grande número de pessoas, informando-as, assim, sobre as causas relacionadas à divulgação. Ao usar os ônibus como meio de propagar a informação, é possível atingir diretamente as camadas sociais mais necessitadas, uma vez que grande parte da população depende do transporte público para se locomover diariamente. O banner faz com

Coordenadoria de Administ. e Gestão Negocial
Apoio Aquisições Públicas
PA 1485/2023 PE nº 15/2023-SRP

que o público o veja assim que ele aparece em seu campo de visão, além disso, resiste bem ao contato com a luz solar, podendo ser usado por muito tempo. Ao colocar uma mensagem atrativa e uma imagem impactante em um banner para promover uma divulgação, fica fácil conquistar a atenção do público.

2.2. Solução Escolhida

2.2.1. Diante do exposto, conclui-se que a solução mais viável é a solução inserta no item 2.1.5 - contratação de uma empresa para prestação de serviços de confecção de *outdoor*, *backbus*, banners e adesivos institucionais, considerando que a demanda é flutuante, de acordo com a realização dos eventos institucionais ao longo da vigência do contrato e considerando, também, que esta é a solução que melhor atende os interesses e necessidades da Administração, no que se refere à relação custo-benefício, uma vez que, as soluções anteriores demandam maior custo agregado pois necessitam de contratações paralelas atreladas à contratação principal.

3. Descrição dos Requisitos da Contratação

3.1. Exigir-se-á padrões de qualidade dos itens que compõem a demanda através de pesquisas de preços no mercado local.

3.1.1. Todos os materiais devem atender às normas técnicas brasileiras, elaboradas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), nos termos das Leis nºs 4.150/62 e 12.349/10, bem como outras normas similares, tudo com o objetivo de aferir e garantir a aplicação dos requisitos mínimos de qualidade, utilidade, resistência e segurança dos materiais utilizados, na forma da Resolução CSJT nº 310, de 24 de setembro de 2021.

3.2. Critérios e práticas de sustentabilidade:

3.2.1. O(s) serviço(s) deverá(ão) respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos, atendendo a critérios de sustentabilidade, tais como:

3.2.1.1. No caso de produtos que possuam plástico em sua composição, recomenda-se que seja dada preferência àqueles confeccionados em plástico biodegradável, reciclado e/ou reciclável, em conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos²⁸ e com as normas ABNT NBR nº 15.448-1 e 15.448-2, de 2008, levando-se em consideração a política de gestão de resíduos implementada no órgão;

3.2.1.2. Os produtos devem possuir a simbologia técnica brasileira de identificação de materiais, conforme a ABNT NBR 16182:2013, a fim de facilitar a identificação e a separação dos resíduos, fortalecendo a cadeia de reciclagem.

4. Estimativa de Valor

4.1. O valor estimado da contratação é de R\$157.603,37, tomando como base a média da somatória das três propostas das empresas FOX, NUNES, IMPRESSIONE, e do atual contrato (PA 6111/2021), além da observação das reais necessidades da contratação, a fim de evitar o superdimensionamento do quantitativo.

	QUANTIDADE	EMPRESA FOX (R\$ TOTAL)	EMPRESA NUNES (R\$ TOTAL)	EMPRESA IMPRESSIONE (R\$ TOTAL)	CONTRATO ATUAL (R\$ TOTAL)	MÉDIA

Coordenadoria de Administ. e Gestão Negocial
Apoio Aquisições Públicas
PA 1485/2023 PE nº 15/2023-SRP

OUTDOOR INTERNO	10 UNIDADES	R\$6.500,00	R\$6.592,00	R\$8.000,00	R\$3.900,00	R\$6.248,00
OUTDOOR EXTERNO	70 UNIDADES	R\$89.600,00	R\$87.780,00	R\$124.600,00	R\$44.730,00	R\$86.677,50
BACKBUS	50 UNIDADES	R\$56.500,00	R\$55.000,00	R\$40.000,00	R\$46.000,00	R\$49.375,00
BANNER	50 (m ²)	R\$10.750,00	R\$9.386,00	R\$4.500,00	R\$3.000,00	R\$6.909,12
ADESIVOS	50 (m ²)	R\$12.375,00	R\$12.375,00	R\$5.000,00	R\$3.700,00	R\$8.393,75
					TOTAL	R\$157.603,37

4.2 A solução inserta no item 2.1.5 é viável à contratação e a pesquisa de preço será refinada no Termo de Referência (TR).

5. Estimativa das Quantidades e Valores Anuais

5.1. O método utilizado para a estimativa das quantidades e valores foi a consulta ao contrato anterior, PA-6111/2021, reajustado pelo Índice de Preço Amplo ao Consumidor (IPCA).

	Outdoor				Backbus		Banners		Adesivos		TOTAL + IPCA
	INT	EXT	INT	EXT	QT (un)	VL(R\$)	QT (m ²)	VL(R\$)	QT (m ²)	VL(R\$)	VL(R\$)
	QT	QT	VL (R\$)	VL(R\$)							
2022	10	80	3.900,00	51.120,00	40	36.800,00	3,30	198,00	9,70	717,80	96.672,15

5.2 Levando em consideração a pandemia (COVID19), os anos 2020 e 2021 foram excluídos do cálculo, uma vez que, não são dados representativos do comportamento do mercado de publicidade em condições normais, podendo influir, assim, no resultado final. Se os dados de 2020 e 2021 fossem utilizados no estudo técnico preliminar, as conclusões obtidas poderiam ser equivocadas e levariam a um planejamento inadequado das campanhas publicitárias.

5.3 As inúmeras pesquisas realizadas consultando o Painel de Preços – Compras Governamentais, assim como por contratações similares em outros órgãos públicos restaram infrutíferas, pois não apresentaram compatibilidade necessária com as especificações dos objetos. Sendo assim, procedemos à pesquisa de preços através de propostas colhidas no mercado local, para embasar, de forma precisa, o valor estimado a ser licitado.

5.4 As pesquisas de preços realizadas no mercado local apresentam valores estimados acima dos valores do contrato atual corrigido pelo IPCA, porque as empresas levaram em consideração o aumento do preço real da matéria-prima, não conseguindo tomar como base os índices de reajustes do Governo.

5.5 Além disso, os valores elevados das propostas dos outdoors que compõem a pesquisa de preços acima, se justifica pela necessidade das empresas terceirizarem os serviços de outra firma para a adesivação das referidas placas.

6. Justificativa para o parcelamento ou não da solução

Coordenadoria de Administ. e Gestão Negocial
Apoio Aquisições Públicas
PA 1485/2023 PE nº 15/2023-SRP

6.1. A Equipe de Planejamento da Contratação avalia que, apesar de o objeto licitado ser divisível, o parcelamento dos itens não seria a alternativa mais adequada para a solução em tela, em função de ser tecnicamente inviável. Trata-se de aquisição de serviço cujo parcelamento não é vantajoso para a Administração na medida que tende a aumentar o custo final dos produtos e ensejaria maior gestão por parte do Tribunal na execução do objeto a ser contratado.

6.2. O parcelamento do objeto contratado poderá resultar em vários contratos e/ou ocasionar desinteresse por algum item licitado (item deserto), resultando em problemas operacionais de gestão, pagamento, fiscalização e atendimento, apenas parcial, da solução como um todo, podendo ser necessária a complementação da mesma, por meio de novo processo licitatório, ocasionando a suspensão de fornecimento do item.

6.3. Vale ressaltar, ainda, que a arte gráfica elaborada é a mesma para todos os itens, visando reduzir os custos de criação e produção, além de manter a qualidade. É importante ressaltar que, devido à sublimação em máquinas de prestadores distintos, pode haver variações tonais nas impressões. Assim, a consolidação em lote único se faz necessária para assegurar a uniformidade e evitar distorções decorrentes de diferentes fornecedores.

7. Contratações correlatas e/ou interdependentes

7.1. No caso em tela, inexistente contratação correlata e/ou interdependente, pois a demanda é exclusiva da Divisão de Assessoria de Comunicação Social, que concentra o atendimento, então, os serviços em comento serão contratados de forma independente.

8. Alinhamento entre a contratação e o planejamento

8.1. A solução escolhida amolda-se ao OBJETIVO ESTRATÉGICO Nº 1, do Plano Estratégico 2021-2026, qual seja: “Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais”, aperfeiçoando os processos de comunicação com foco na divulgação e disseminação das competências institucionais, estratégias e políticas públicas implementadas, e resultados operativos da jurisdição trabalhista para todos os atores do sistema de justiça e sociedade, para fortalecer a transparência e a imagem da Justiça do Trabalho. Além disso, está incluso no PCA (Plano de Contratações Anual) 2023/2024.

8.2. Havendo o alinhamento entre a presente contratação e o objetivo acima mencionado, os respectivos gastos devem estar efetivamente ligados às finalidades desta instituição quanto ao que diz respeito às suas atividades realizadas.

9. Resultados pretendidos

9.1. Dar visibilidade aos jurisdicionados das ações trabalhistas.

10. Providências a serem adotadas

10.1. Não se vislumbra necessidade de tomada de providências de adequações para a solução ser contratada e o serviço prestado.

11. Possíveis impactos ambientais

11.1. Não se vislumbra nenhum impacto ambiental proporcionado pela execução do serviço de confecção de outdoors, *backbus*, *banners* e *adesivos*, tendo em vista que os mesmos serão confeccionados nas dependências da empresa a ser contratada, sem acúmulo de resíduos no ambiente onde se prestará o serviço.

12. Declaração de viabilidade

12.1. O presente estudo está em compatibilidade com os requisitos normativos e administrativos necessários ao cumprimento do objeto e atende adequadamente às demandas de negócio formuladas,

Coordenadoria de Administ. e Gestão Negocial
Apoio Aquisições Públicas
PA 1485/2023 PE nº 15/2023-SRP

sendo os benefícios pretendidos adequados, os custos previstos compatíveis, a economicidade e os riscos envolvidos são administráveis. Por todo o exposto, ENTENDEMOS SER VIÁVEL A CONTRATAÇÃO.

São Luís, 09 de junho de 2023

EQUIPE DE PLANEJAMENTO
(Portaria DG nº 127, de 8 de maio de 2023)

LUANE FERNANDA REGERT DE FREITAS
Coordenadora

REGINA IRENE AROSO MENDES GONZALEZ
Integrante Técnica

GIOVANNI GALEOTE
Integrante Administrativo