



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. INTRODUÇÃO

1.1. Informações básicas:

Processo digital: 124/2025

Unidade solicitante: Departamento de Comunicação

Responsável: Matheus Perez Granato

1.2. **Objeto:** Contratação de duas agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, através de veículos de comunicação e demais meios de divulgação para atender a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (Alesp), em conformidade com as Leis Federais nº 12.232/2010 e 14.133/2021, pelo prazo de contratação de 15 (quinze) meses.

1.3. **Objetivo:** O Estudo Técnico Preliminar tem por objetivo apresentar os cenários identificados e analisados para o atendimento da necessidade de contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, através de veículos de comunicação e demais meios, com vistas ao melhor atendimento das



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

necessidades de comunicação publicitária da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - Alesp, ampliando a divulgação das atividades realizadas pelo Parlamento Paulista, além do fornecimento de informações necessárias para subsidiar a tomada de decisão, a elaboração do Termo de Referência e o prosseguimento do respectivo processo de contratação.

- 1.4. No que diz respeito ao conteúdo, cumpre informar que este ETP contém todos os elementos mínimos previstos no §2º do art.18 da Lei Federal n.º 14.133/21.

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DE CONTRATAÇÃO

2.1. A comunicação do Poder Legislativo Estadual tem por base o princípio constitucional da publicidade, com a prestação de contas à sociedade dos atos praticados e promovendo a transparência administrativa. A publicidade institucional desempenha um papel crucial na divulgação de atos, programas e resultados do Poder Legislativo, contribuindo para fortalecer a confiança da população nas instituições públicas e estimulando a participação da sociedade no processo democrático. É importante ressaltar que a publicidade institucional não se restringe apenas à divulgação de ações governamentais, mas também tem o propósito de educar e informar a população, incentivando a participação ativa na vida política e social do Estado.

2.2. O Departamento de Comunicação (Decom), unidade responsável pela execução das ações de comunicação da Alesp, não possui, por si só, a infraestrutura necessária para a divulgação ampla e irrestrita dos trabalhos realizados pela



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, impedindo assim o cumprimento integral da obrigação constitucional de prestar contas à sociedade.

- 2.3. A contratação de agências de propaganda, conforme disposto na lei 12.232/2010, possibilitaria, por meio de campanhas institucionais, a divulgação dos atos mais relevantes praticados pela Alesp. Essas agências possuem equipes que trabalham com as mais modernas técnicas de comunicação, além de agilidade na aquisição de tempo e espaços de mídia em Rádios, TVs, Internet e Jornais, ampliando assim significativamente o alcance das necessidades de comunicação levantadas pelo Departamento de Comunicação. Dessa forma, a contratação de agências de propaganda se mostra imperativa para alcançar esse objetivo de forma eficiente e abrangente.
- 2.4. O contrato atual, com a prestação dos serviços publicitários realizados por duas agências de propaganda, tem seu término previsto para 18/02/2026, tendo promovido diversas campanhas de interesse público, além da divulgação de ações relevantes realizadas pelo Parlamento paulista, reforçando assim a importância do trabalho legislativo realizado pelos deputados estaduais.
- 2.5. Tendo por base o artigo 5º, §1º da INSTRUÇÃO NORMATIVA SECOM/PR Nº 1, DE 19 DE JUNHO DE 2023, a contratação de duas agências de propaganda, adjudicação múltipla, visa promover a concorrência, a economicidade e a eficiência na contratação de serviços de publicidade. Além disso, permite que a administração pública diversifique as abordagens criativas e estratégicas, aproveitando o conhecimento e a experiência de diferentes agências.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

2.6. Desse modo, fica demonstrada a imprescindibilidade desta solução, pois a contratação de agências de propaganda se mostra como uma medida essencial para garantir que a comunicação da Assembleia Legislativa de São Paulo cumpra efetivamente sua missão de promover a transparência, a participação cidadã e o fortalecimento da democracia; ao mesmo tempo em que informa, educa e conscientiza a população sobre seus direitos e deveres.

3. PLANO DE CONTRATAÇÃO ANUAL

3.1. A ALESP não tem Plano de Contratações Anual para o exercício de 2025.

4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Dos requisitos necessários ao atendimento da necessidade

4.1.1. A Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo identificou a necessidade de contratação de agências de propaganda para cumprir integralmente a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, garantindo à população acesso amplo e transparente das ações promovidas pelo Poder Legislativo Estadual

4.1.2. Atualmente, através do serviço de publicidade contratado, o Decom tem proposto diversas campanhas de utilidade pública, que são necessárias no sentido de informar a população sobre a prática das atividades





ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

parlamentares, além da melhor integração entre o Parlamento e seus representados.

4.1.3. Por isso, atentamo-nos para a necessidade de abertura de procedimento licitatório, para a contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade, conforme dispõe a Lei 12.232/2010, que estabelece as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade.

4.1.4. Para que o objeto da contratação seja atendido, é necessária a observação de alguns requisitos mínimos necessários, dentre eles os de qualidade e capacidade de execução, sem, contudo, restringir a competição, tendo em vista que podem ser encontradas diversas empresas prestadoras do serviço pretendido.

4.1.5. Nesse sentido, a qualificação técnica a ser exigida consiste em aferir conhecimentos e habilidades teóricas e práticas para a execução do serviço.

4.2. Dos requisitos de modalidade e tipo de licitação

4.2.1. Será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência. Quanto ao tipo de licitação, dentre as opções previstas em lei, entende-se pertinente adotar o tipo “**técnica**”, art. 35 da Lei nº 14.133/2021, por se tratar de serviços de natureza intelectual, seguindo assim os mesmos moldes da última contratação de serviços de publicidade prestados por



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

agências de propaganda, processo digital 483/2019, em que a classificação será feita de acordo com as valorações das propostas técnicas.

4.2.2. A opção "melhor técnica" se justifica porque as características do serviço de publicidade são peculiares e diferenciadas e não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, portanto a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. A vantagem maior reside na qualidade técnica e intelectual do serviço ofertado.

4.2.3. As etapas de seleção das melhores propostas serão descritas detalhadamente nas "Formas e Critérios de Seleção do Fornecedor", item 8 do Termo de Referência.

4.3. Requisitos para participação na Licitação

4.3.1. **Participantes** - Poderão participar do certame licitatório as agências de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 4.680/1965 e Lei Federal nº 12.232/2010, que preencherem as condições e requisitos que serão estabelecidos em futuro Termo de Referência e na legislação aplicável.

4.3.2. **Vedações** - Não poderão participar da presente licitação pessoas jurídicas:

4.3.2.1. Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

- 4.3.2.2. Cujas falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
 - 4.3.2.3. Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal;
 - 4.3.2.4. Estrangeira que não funcione no País;
 - 4.3.2.5. Cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.
 - 4.3.2.6. Que estejam reunidas em consórcio, uma vez que a execução é integralmente atribuída a única entidade empresarial, cabendo a ela a organização de todos os elementos necessários para consecução do objeto.;
 - 4.3.2.7. Que atuem sem fins lucrativos.
- 4.3.3. **Aceitação tácita.** A entrega dos invólucros à Comissão Julgadora da Licitação implica na aceitação, pelo licitante, de todas as normas e condições a serem estabelecidas no **Termo de Referência**, bem como implica:



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

4.3.3.1. a confirmação de que recebeu da Comissão Julgadora da Licitação o invólucro padronizado e todas as informações relativas à participação no certame licitatório;

4.3.3.2. a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo;

4.3.3.3. a obrigatoriedade de manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas para a contratação, obrigando-se o licitante a declarar, sob as penas da lei, a superveniência de fato impeditivo a participação, quando for o caso.

4.3.4. **Ônus decorrentes da participação.** O licitante assume todos os custos decorrentes da elaboração de propostas e da apresentação de documentos de habilitação exigidos neste certame, ficando a Unidade Contratante isenta de qualquer responsabilidade por tais custos, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

4.4. Critérios e práticas de sustentabilidade

4.4.1. Esta contratação observará em todas as fases do procedimento licitatório as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental, devendo a futura contratada conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores envolvidos na prestação dos serviços.

4.4.2. A sustentabilidade está intrinsecamente ligada a três pilares: social, ambiental e econômico, garantindo, assim, a sobrevivência do planeta e promovendo um desenvolvimento sustentável em todas essas áreas.

4.4.3. Nesse sentido, a Lei nº 14.133 apresenta diversos princípios no artigo 5º, incluindo o da promoção e desenvolvimento nacional sustentável. Além disso, no artigo 11, estabelece-se que o processo licitatório tem como objetivo primordial selecionar a proposta que resulte na contratação mais vantajosa para a Administração Pública, levando em consideração o ciclo de vida do objeto, demonstrando claramente a relação custo-benefício dessa escolha

5. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES

5.1. As estimativas das quantidades de campanhas publicitárias não são previamente estimadas durante a execução contratual.

5.2. Ao contrário dos serviços de natureza comum, em que é possível estabelecer, por intermédio de especificações utilizadas no mercado, padrões de qualidade e desempenho próprios do objeto, possibilitando assim a escolha entre os serviços ofertados pelos participantes com base no menor preço, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, pois sua contratação envolve a



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

criatividade das soluções publicitárias propostas pela agências de propaganda para as demandas estabelecidas.

5.3. Além disso, no art. 5º da Lei nº 12.232/2010, os tipos de licitação obrigatórias para a contratação de serviços de publicidade são “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

5.4. Também, conforme o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, o instrumento convocatório das licitações para contratação de serviços de publicidade deve observar as exigências da Lei nº 14.133/2021 não sendo, porém, exigido um “orçamento estimado em planilhas de quantitativos e preços unitários”, pela impossibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que dependem diretamente de cada solução publicitária aprovada.

6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

6.1. A contratação atual com o mesmo objeto é viabilizada pelo processo digital 483/2019, que atende plenamente as necessidades da Alesp relativas às campanhas publicitárias levantadas pelo Decom.

6.2. Este levantamento de mercado tem como objetivo apontar diversos serviços prestados por contratação de agências de propaganda a diversos órgãos públicos. As entidades incluídas neste estudo são a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Ministério dos Transportes e Empresa Brasileira de Infraestrutura



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Aeroportuária – Infraero.

6.2.1. Assembleia Legislativa de Minas Gerais

- 6.2.1.1. Valor do Contrato: R\$ 35.000.000,00 (referente a Anual)
- 6.2.1.2. Vigência: 18/02/2022 a 17/02/2025
- 6.2.1.3. Agência contratada: Casablanca Comunicação e Marketing Ltda

6.2.2. Ministério dos Transportes

- 6.2.2.1. Valor do Contrato: R\$ 14.966.123,00 (referente a Anual)
- 6.2.2.2. Vigência: 14/04/2021 a 13/04/2024 (limite de vigência até 14/04/2026)
- 6.2.2.3. Agência contratada: Calix Propaganda LTDA

6.2.3. Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária – Infraero

- 6.2.3.1. Valor do Contrato: R\$ 7.000.000,00 (referente a Anual)
- 6.2.3.2. Vigência: 11/11/2020 a 10/11/2024 (limite de vigência até 10/11/2025)
- 6.2.3.3. Agências contratadas: Escala Comunicação e Marketing Ltda e Calia/Y2 Propaganda e Marketing Ltda

6.3. Como demonstrado, a contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, nos termos da Lei nº 12.232/2010, tem sido iniciativa comum por parte de diversos órgãos e entidades da Administração Pública, tanto Indireta como Direta.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

6.4. Além disso, segundo o Cenp – Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário, existe um total de 1.106 agências certificadas no território nacional, em números atualizados até 19/03/2024, demonstrando a ampla disponibilidade desses serviços no mercado.

7. ESTIMATIVAS DO VALOR DE CONTRATAÇÃO

7.1. Diversos fatores podem levar à definição do valor da verba publicitária de uma Administração, como sua capacidade financeira e fiscal, ou pelo volume de demandas de comunicação, ou por definições estratégicas dos órgãos, dentre outros. Não há um critério único que possa estabelecer este valor. A seguir, apresenta-se alguns comparativos que têm o objetivo de fundamentar, baseado em dados concretos, uma estimativa do valor orçamentário para a publicidade da ALESP.

7.2. Comparativo da verba publicitária de outros estados

7.2.1. Considerando o número de habitantes dos três estados com o maior número de habitantes do Brasil e suas respectivas verbas para publicidade, chega-se no valor da “**verba publicitária por habitante**” de cada estado.

7.2.1.1. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo:

- Valor da última contratação (2021) – **R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais) / 45.000.000 (quarenta e cinco milhões) = R\$ 0,67 / hab.**



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

7.2.1.2. Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro:

- Valor da última contratação (2021) – **R\$ 14.200.000,00 (quatorze milhões e duzentos mil reais) / 16.000.000 (dezesesseis milhões) = R\$ 0,89 / hab.**

7.2.1.3. Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais:

- Valor da última contratação (2025) – **R\$ 48.000.000,00 (quarenta e oito milhões de reais) / 20.000.000 (vinte milhões) = R\$ 2,4 / hab.**

7.2.2. A média da verba publicitária por habitante é de aproximadamente R\$ 1,32 /hab. Multiplicando o valor médio da verba publicitária por habitante (R\$1,32) pelo número de habitantes de São Paulo (45.000.000), o resultado é aproximadamente **R\$ 59.400.000 (cinquenta e nove milhões e quatrocentos mil reais).**

7.3. Manutenção do valor do contrato atual

7.3.1. O valor de R\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de reais), valor do contrato atual, representa uma abordagem que assume o orçamento que a ALESP continuará a destinar para publicidade, refletindo a prática observada no contrato vigente e que atendeu as demandas do DECOM. Esta estimativa é justificada pelo entendimento esse valor permitirá a manutenção da estratégia atual de forma robusta e sem prejudicar o impacto de campanhas



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

futuras.

8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

8.1. A solução consiste na contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, de acordo com os termos descritos no art. 2º da Lei nº 12.232/2010, “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.”

8.2. Também integram o objeto desta contratação, conforme descrito no §1º da mesma lei, os seguintes serviços especializados como atividades complementares:

- a) a produção e a execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
- b) o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária;



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, inclusive sites, portais, blogues, redes sociais e demais meios de comunicação via internet, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

8.3. Quanto ao critério de julgamento das propostas, fica definida a opção por melhor técnica. Os concorrentes são avaliados com base em critérios objetivos e subjetivos, incluindo a qualidade da proposta técnica, a experiência da empresa e a criatividade, além do preço oferecido. Essa abordagem busca garantir uma relação custo-benefício favorável para a ALESP.

8.4. Por outro lado, o critério de melhor técnica prioriza exclusivamente a qualidade técnica das propostas, o que pode levantar preocupações sobre a objetividade na avaliação e afetar a relação custo-benefício, especialmente em instituições com recursos financeiros limitados.

8.5. Por essa razão, sugere-se processo licitatório na modalidade concorrência, utilizando o critério de julgamento melhor técnica, art. 35 da Lei nº 14.133/2021, ampliando assim a competitividade entre empresas com expertise técnica comprovadas na área.

9. PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

9.1. Conforme previsto no §3º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto da licitação na contratação de serviços de publicidade pode ser adjudicado a mais de uma





ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

agência de propaganda, sem segregação em itens específicos.

9.2. Dessa forma, o não parcelamento da solução irá estimular a competitividade entre as agências contratadas, que terão de apresentar as melhores soluções publicitárias para o atendimento das necessidades de comunicação levantadas pela Assembleia Legislativa, pois a simples contratação após o processo licitatório não irá garantir a execução dos serviços e sua consequentemente remuneração.

9.3. No tocante à necessidade de justificativa do parcelamento ou não da solução, tal elemento não é aplicável, visto que as atividades descritas no Art. 2º da Lei nº 12.232/2010 são executadas de forma integral, não podendo ser parte ou serem consignadas a determinadas agências de forma singular. Isto porque o objeto não é divisível e porque não há segregação de itens ou contas, conforme §3º, Art. 2º.

10. RESULTADOS PRETENDIDOS

10.1. **Educação Cívica e Cultural:** A criação deste material não apenas educará o público sobre a história legislativa do estado, mas também enriquecerá a compreensão da sociedade sobre a importância da democracia representativa.

10.2. **Valorização do Patrimônio Cultural:** Contribuirá para a construção e preservação do patrimônio cultural de São Paulo, protegendo e promovendo a herança legislativa para as futuras gerações.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

- 10.3. **Fortalecimento Institucional:** Reforçará a imagem e a credibilidade do Parlamento Estadual como guardião da democracia e história do estado.
- 10.4. A contratação de um serviço especializado para a produção deste material histórico é essencial para o fortalecimento da identidade cultural e democrática do Estado de São Paulo. Além de cumprir um papel educativo e promocional, a iniciativa garantirá que a história e o legado do Parlamento Estadual sejam devidamente documentados e preservados para as futuras gerações.
- 10.5. Com esta contratação, busca-se uma comunicação institucional mais eficiente e abrangente por parte da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP), promovendo maior transparência e participação cidadã na sociedade. Isso inclui a divulgação adequada de suas atividades legislativas e projetos desenvolvidos, resultando em uma melhor compreensão por parte dos cidadãos sobre suas obrigações e direitos.
- 10.6. Além disso, a contratação visa a promover o desenvolvimento nacional sustentável ao incentivar práticas ambientalmente responsáveis por parte da agência de propaganda selecionada. Espera-se que a empresa contratada adote medidas para reduzir seu impacto ambiental, como o uso de materiais recicláveis, a redução do consumo de recursos naturais e a promoção de campanhas que estimulem a conscientização ambiental na sociedade.

11. PROVIDÊNCIAS A SEREM TOMADAS

SECRETARIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO | DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO



/ASSEMBLEIASP



WWW.AL.SP.GOV.BR



AV. PEDRO ÁLVARES CABRAL, 201 – SÃO PAULO – SP



(11)3886-6000





ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

- 11.1. Todas as medidas a serem adotadas pela Administração, referente a este objeto, foram feitas previamente à celebração desta contratação.
- 11.2. A Assembleia Legislativa de São Paulo (ALESP) conta com o Departamento de Comunicação (DECOM), que desempenha um papel crucial nesse processo. A existência desta unidade especializada dentro da ALESP é um ponto de destaque, pois demonstra a capacidade da instituição de gerenciar e fiscalizar efetivamente os contratos de publicidade.
- 11.3. Essa estrutura garante que todas as etapas do processo, desde a concepção até a veiculação das campanhas publicitárias, sejam realizadas com rigor técnico e administrativo.
- 11.4. Dessa forma, antes da celebração do contrato, a administração deve assegurar que a DECOM esteja plenamente envolvida em todas as etapas preparatórias, garantindo a conformidade legal, a padronização da comunicação e o acompanhamento contínuo da execução contratual.

12. CONTRATAÇÕES CORRELATADAS

- 12.1. Não se verifica contratações correlatas ou interdependentes para a viabilidade e contratação desta demanda.
- 12.2. De acordo com as dinâmicas contratuais dos serviços de publicidade, as agências de propaganda ficam responsáveis pela intermediação e supervisão da



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da ALESP.

13. IMPACTOS AMBIENTAIS

- 13.1. Esta contratação observará em todas as fases do procedimento licitatório as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental, devendo a futura contratada conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores envolvidos na prestação dos serviços.
- 13.2. A sustentabilidade está intrinsecamente ligada a três pilares: social, ambiental e econômico, garantindo, assim, a sobrevivência do planeta e promovendo um desenvolvimento sustentável em todas essas áreas.
- 13.3. Nesse sentido, a Lei nº 14.133 apresenta diversos princípios no artigo 5º, incluindo o da promoção e desenvolvimento nacional sustentável. Além disso, no artigo 11, estabelece-se que o processo licitatório tem como objetivo primordial selecionar a proposta que resulte na contratação mais vantajosa para a Administração Pública, levando em consideração o ciclo de vida do objeto, demonstrando claramente a relação custo-benefício dessa escolha.

14. CONCLUSÃO



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

- 14.1. Considerando as informações incluídas neste Estudo Técnico Preliminar, declaramos que a contratação de serviços é viável na forma apresentada.