



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MINAS GERAIS  
Av Prudente de Moraes, 100 - Bairro Cidade Jardim - CEP 30.380-002 - Belo Horizonte - MG

## **ESTUDOS TÉCNICOS PRELIMINARES CONTRATAÇÕES DE SERVIÇOS EM GERAL**

### **1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (FUNDAMENTAÇÃO/JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO)**

Faz-se premente e necessário realizar divulgação do cadastramento biométrico para alcançar de forma ampla e eficiente toda a população, especialmente em áreas de maior vulnerabilidade ou de difícil acesso às mídias tradicionais.

O veículo de som (mídia ambulante) vem sendo apontado pelos cartórios que já fizeram o cadastramento como uma das mídias mais eficientes para levar a informação ao eleitorado, especialmente aos moradores da zona rural.

Essa estratégia visa sensibilizar e mobilizar os eleitores, garantindo maior participação no processo de cadastramento biométrico, o que é fundamental para a regularização do eleitorado e o aprimoramento da segurança e integridade do sistema eleitoral.

A ação contribuirá para o aumento da conscientização da população acerca da importância da biometria, facilitando o cumprimento do calendário eleitoral e evitando possíveis transtornos futuros relacionados à regularização do título de eleitor.

### **2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL (PLANO ANUAL DE AQUISIÇÕES)**

Conforme art. 16 da Portaria PRE 68/2019, são dispensadas de inclusão no Plano Anual de Aquisições as compras ou serviços pleiteados pelos cartórios eleitorais, cujos valores possibilitem a dispensa de licitação com fundamento no valor da contratação.

### **3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

#### **3.1. Natureza dos serviços:**

- O serviço não é de natureza continuada.
- Os serviços objeto desta contratação são caracterizados como comuns, tendo em vista que os padrões de desempenho e qualidade estão objetivamente definidos nos artefatos, por meio de especificações usuais de mercado.

**3.2. Subcontratação:** É vedada a subcontratação total ou parcial da prestação dos serviços.

**3.3. Critérios de sustentabilidade:** Deverão ser observadas as disposições das **resoluções CONAMA 001/1990**, que estabelece critérios e padrões de emissão de ruídos decorrentes de atividades industriais, comerciais, sociais e recreativas, incluindo propaganda política, visando o controle da poluição sonora e a proteção da saúde e do sossego público, e **CONTRAN 204/2006**, que regulamenta o volume e a frequência dos sons produzidos por equipamentos utilizados em veículos, estabelecendo limites para o uso de som automotivo em vias públicas.

**3.4. Garantia da Contratação:** Não é necessária a apresentação da garantia contratual, considerando-se a baixa complexidade da contratação.

### **4. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO**

O quantitativo de horas foi estimado com base na pesquisa realizada pela Zona Eleitoral requisitante junto aos prestadores do serviço demandado, os quais conhecem bem a cidade: as variações populacionais de cada bairro, média de horas para percorrer de forma satisfatória as regiões do município e dias da semana que logram maior êxito no alcance da informação. De início, sugere-se a contratação de 126 (cento e vinte seis) horas, com possibilidade de aumento desse quantitativo, caso necessário. O quantitativo de horas foi definido considerando o tempo médio necessário para a divulgação em diversos bairros da cidade.

## 5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

### 1. Alcance e Cobertura:

O veículo de som permite uma abordagem móvel e itinerante, atingindo diferentes regiões, incluindo áreas de difícil acesso ou com menor cobertura de mídia tradicional. Essa mobilidade garante maior alcance e visibilidade, especialmente em comunidades rurais ou periféricas, onde a instalação de banners pode ser limitada e a cobertura de rádios pode não ser suficiente ou acessível para toda a população.

### 2. Custo-Benefício:

A contratação de veículo de som apresenta um custo relativamente acessível em relação à produção e instalação de banners de grande porte ou à compra de espaços publicitários em rádios de grande alcance. Além disso, a ação móvel possibilita uma maior frequência de abordagem, aumentando a efetividade da comunicação sem necessidade de múltiplas ações de mídia fixa.

### 3. Flexibilidade e Agilidade:

O veículo de som permite ajustes rápidos na mensagem, horários e rotas, possibilitando uma campanha mais dinâmica e adaptada às necessidades do momento. Essa flexibilidade é limitada em banners fixos e na programação de rádios, que dependem de contratos e horários preestabelecidos.

### 4. Engajamento Direto:

A presença de veículo de som possibilita interação direta com a população, podendo incluir mensagens de incentivo, esclarecimentos e orientações, o que potencializa o impacto da campanha. Banners e rádios, por sua natureza, oferecem menor possibilidade de interação imediata.

### 5. Efetividade na Mobilização:

Dados de mercado indicam que ações itinerantes com veículo de som têm maior potencial de mobilização e conscientização em campanhas de saúde, educação e mobilização social, devido à sua capacidade de percorrer diferentes locais e atingir públicos diversos de forma personalizada.

## 6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa constante do presente estudo é apenas um valor referencial para embasamento da escolha da solução, apurada por meio da pesquisa de **mercado**, sendo que a pesquisa de **preços** realizada pela seção competente é a que será divulgada no edital de licitação, por ser a oficial.

Empresas	Horas contratadas	Preço por hora em R\$	Valor total
Antonio Geraldo Soares Vargas	126	R\$60,00	R\$7.560,00
Oliveira Publicidade	126	R\$50,00	R\$6.300,00
Prado Publicidade	126	R\$50,00	R\$6.300,00

## 7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Trata-se da contratação de veículo de som para a divulgação de 126 (cento e vinte e seis) horas de anúncios, conforme cronograma a ser elaborado pela Zona Eleitoral requisitante, chamando a população para comparecer ao Cartório da 035ª Zona Eleitoral, de Belo Horizonte, para fazer o cadastramento biométrico e alistar-se eleitor.

## **8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO - (AQUISIÇÃO POR LOTES OU POR ITENS)**

Por se tratar de item único, não há que se falar em parcelamento, tendo em vista que o objeto é a contratação de 1 (um) veículo de som, constituído de apenas um item a ser contratado.

## **9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS**

Pretende-se, com a presente contratação:

**1. Aumento da Conscientização:** Garantir que um maior número de cidadãos esteja informado sobre a importância de realizar a biometria, contribuindo para a redução de dúvidas e desinformação.

**2. Ampliação do Alcance:** Levar a mensagem a diferentes regiões, incluindo áreas de difícil acesso ou com menor cobertura de mídia tradicional, assegurando que todos os públicos sejam alcançados.

**3. Mobilização da População:** Incentivar a participação ativa dos eleitores no processo de cadastramento biométrico, promovendo maior adesão.

**4. Fortalecimento da Participação Democrática:** Contribuir para o fortalecimento do sistema eleitoral, promovendo maior segurança, confiabilidade e legitimidade do processo eleitoral por meio do aumento do cadastramento biométrico.

**5. Eficiência na Comunicação:** Utilizar uma estratégia de comunicação móvel, dinâmica e de baixo custo, que permite ajustes rápidos na mensagem e na rota, otimizando os resultados da campanha. Ao atingir esses objetivos, a ação contribuirá para uma eleição mais segura, transparente e participativa, alinhada às diretrizes de eficiência e inclusão previstas na legislação vigente.

## **10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO**

Não há.

## **11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

Não há.

## **12. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS**

Foram previstos critérios de sustentabilidade, conforme subitem 3.3.

## **13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA (VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO)**

Mediante todos os elementos analisados nos estudos preliminares, verifica-se que a contratação pretendida é viável do ponto de vista técnico e operacional.

## **14. ESTUDO DE CONTRATAÇÕES ANTERIORES**

SEI 0005331-86.2019.6.13.8000

SEI 0001186-84.2019.6.13.8000

## **15. FORNECEDORES IDENTIFICADOS**

Empresas	Orçamentos
Antonio Geraldo Soares Vargas	6881004
Oliveira Publicidade	6881011
Prado Publicidade	6881020

## 16. PROPOSTA COMERCIAL (PRODUTOS NÃO USUAIS)

Não se aplica, considerando tratar-se de serviços usuais; verificou-se, ainda, por meio de pesquisa, que há número suficiente de fornecedores com condições de atender aos requisitos especificados.

## 17. ANÁLISE DE RISCOS

Fica dispensado o mapa de riscos, diante do valor estimado da contratação, com fundamento no art. 2º, §2º, da Portaria DG n. 129/2019.

ANA CECILIA LIMA RABELO  
Assessoria Administrativa de Zonas Eleitorais - AAZE



Documento assinado eletronicamente por ANA CECILIA LIMA RABELO, Técnico Judiciário, em 06/11/2025, às 13:16, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.tre-mg.jus.br/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&acao\\_origem=documento\\_conferir&lang=pt\\_BR&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.tre-mg.jus.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&acao_origem=documento_conferir&lang=pt_BR&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **6895428** e o código CRC **6CE8B362**.