



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP Processo nº 22/2025

Processo Administrativo nº: 23/2025
Concorrência nº: 01/2025
Órgão: Câmara Municipal de Francisco Morato
Data de Elaboração: 21 de julho de 2025

CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1. OBJETO

1.1. O presente Estudo Técnico Preliminar (ETP) tem por objetivo **subsidiar eventual contratação de serviços de publicidade**, a serem prestados por intermédio de **agência de propaganda**, conforme conceituado 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 publicidade institucional de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

1.2. De acordo com o §1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, a contratação de serviços de publicidade poderá abranger, como **atividades complementares**: Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados de campanhas realizadas; Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados; Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3. Este ETP, portanto, avalia a viabilidade **técnica e econômica** de contratar uma agência de publicidade para atender às necessidades de **comunicação**



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

institucional da Câmara Municipal de Francisco Morato, definindo as bases para o futuro Termo de Referência.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, §1º, I, da Lei nº 14.133/2021)

2.1. A Câmara Municipal de Francisco Morato integra o Poder Legislativo local, exercendo as funções **legislativa** e **fiscalizadora do Poder Executivo**, conforme previsto na Constituição Federal e na Lei Orgânica do Município. Entre suas obrigações, está o **dever de informar a população** sobre suas ações, programas e projetos, bem como promover campanhas educativas que estimulem o pleno exercício da cidadania e o controle social com maior participação popular através da publicidade institucional.

2.2. A comunicação institucional na Câmara Municipal de Francisco Morato fundamenta-se no princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput, e §1º, da CF), que assegura ao cidadão o direito de acesso às informações públicas, permitindo-lhe acompanhar a legalidade, a moralidade e a eficiência das atividades legislativas.

2.3. Para dar cumprimento a esse dever de forma adequada e eficaz – observando-se a legislação em vigor, especialmente a Lei nº 12.232/2010 –, **é fundamental contar com o apoio especializado de agências de publicidade**, que dispõem de recursos técnicos e humanos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias, garantindo adequada relação custo-benefício e elevado padrão de qualidade.

2.4. Nesse cenário, mostra-se essencial a contratação de serviços de publicidade com vistas a:

- a) **Ampliar a transparência** das atividades e dos atos institucionais do Poder Legislativo Municipal;
- b) **Dar amplo conhecimento** à sociedade sobre as ações, projetos e programas da Câmara Municipal;
- c) **Comunicar** de forma didática e acessível os direitos do cidadão, reforçando o papel institucional do Legislativo;
- d) **Disseminar informações** corretas sobre temas de interesse público, fortalecendo a cidadania;
- e) **Esclarecer a missão** do Legislativo, seus limites de atuação e o papel dos Vereadores;
- f) **Fortalecer a imagem institucional** da Casa, incentivando uma participação mais ativa da comunidade;
- g) **Informar sobre os serviços** disponíveis à população pela Câmara Municipal;
- h) **Estimular o debate público**, convidando a sociedade a participar das discussões relevantes;



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

- i) **Promover o Poder Legislativo**, evidenciando a importância das leis para a garantia dos direitos e da paz social;
- j) **Revisar e intensificar** o modelo de comunicação e divulgação dos atos legislativos.

2.5. Dessa forma, a contratação de uma agência de publicidade atende à necessidade pública de **assegurar a correta divulgação** dos atos, programas e serviços de caráter educativo, informativo ou de orientação social, cumprindo as funções institucionais de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência.

3. ÁREA REQUISITANTE

3.1. A presente demanda parte das unidades responsáveis pela comunicação institucional da Câmara Municipal de Francisco Morato Secretaria Administrativa, que identificou a necessidade de apoio especializado e de campanhas publicitárias eficazes.

4. PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

(Art. 18, §1º, II, da Lei nº 14.133/2021)

4.1. A contratação dos serviços de publicidade está devidamente prevista no **Plano de Contratações Anual** da Câmara Municipal de Francisco Morato para o exercício de 2025 com id de futura contratação nº 932121-26/2025.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

(Art. 18, §1º, III, da Lei nº 14.133/2021)

5.1. Requisitos Funcionais

5.1.1. **Abrangência do serviço**: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão e distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação.

5.1.2. **Pesquisas e avaliações**: capacidade de realizar pesquisas e instrumentos de avaliação, a fim de conhecer o público-alvo e mensurar os resultados das campanhas.

5.1.3. **Produção e execução**: competência para produção e execução técnica de peças publicitárias em diversos formatos (incluindo criação de conteúdo inovador e uso de novas tecnologias).

5.1.4. **Novas tecnologias**: habilidade de propor e desenvolver estratégias que utilizem meios digitais e outras inovações off-line ou on-line, desde que vinculados ao objeto contratual.

5.2. Modalidade e Tipo de Licitação



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

5.2.1. Nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010, as licitações para serviços de publicidade **devem** ser processadas pelo tipo “**melhor técnica**” ou “**técnica e preço**”.

5.2.2. O art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei nº 14.133/2021, autoriza o uso da **Concorrência** para contratação de serviços especiais, bem como a adoção dos critérios de julgamento “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

5.2.3. Devido à **complexidade e heterogeneidade** dos serviços de publicidade (serviços especiais), recomenda-se a **Concorrência** como modalidade licitatória.

5.2.4. Considerando a importância da qualidade técnica das campanhas e a necessidade de avaliar também a economicidade, sugere-se o critério “**técnica e preço**”, conforme art. 36, §1º, da Lei nº 14.133/2021, considerando o melhor desconto.

5.3. Legislação Aplicável

5.3.1. A licitação seguirá os dispositivos legais:

Lei Federal nº 12.232/2010; Lei Federal nº 4.680/1965 (Profissão de Publicitário/Agenciador de Propaganda) e o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda; Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CONAR); Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP); Lei Federal nº 14.133/2021; Lei Complementar Federal nº 123/2006 (quando aplicável às MEs e EPPs); Demais normativos municipais pertinentes à matéria.

5.3.2. A contratação reger-se-á **predominantemente** pela Lei nº 12.232/2010, aplicando-se de forma subsidiária a Lei nº 14.133/2021.

5.4. Valor Estimado da Contratação

5.4.1. Estima-se que o valor global para esta contratação seja em torno de **R\$ 400.000,00**. (quatrocentos mil reais). Considerando as demandas de publicidade institucional no período de vigência.

5.5. Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica

5.5.1. Conforme o art. 6º, inciso IX, da Lei nº 12.232/2010, haverá **padronização** na forma de apresentação do **Plano de Comunicação Publicitária**, resguardando a inviolabilidade da autoria, para proporcionar a avaliação da técnica com isonomia.

5.5.2. A avaliação técnica deverá seguir metodologia que permita a atribuição de notas **com justificativas e critérios objetivos pré-definidos**, em conformidade com as disposições da Lei nº 14.133/2021 e da Lei nº 12.232/2010.

5.5.3. Sugere-se a **pontuação 70 (técnica) / 30 (preço)** ou outra combinação legalmente aceita, de modo a valorizar a qualidade criativa e estratégica das propostas, sem desconsiderar a economicidade.

5.6. Apresentação e Julgamento da Proposta de Preços

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020

C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888

e-mail: camarafrmorato@uol.com.br

www.camarafranciscomorato.sp.gov.br



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

5.6.1. Para a Proposta de Preços, deverão ser observadas **Normas-Padrão do CENP** e a legislação específica (Decreto nº 4.563/2002 e art. 6º, inciso V, da Lei nº 12.232/2010), que disciplinam as condições de remuneração, descontos e honorários nas relações entre agências de publicidade, veículos de comunicação e anunciante público.

5.7. Da Forma Presencial

5.7.1. A Câmara Municipal de Francisco Morato **poderá adotar** a forma presencial na condução da Concorrência, valendo-se dos mecanismos de segurança (lacre, envelopes, registro em ata, gravações etc.) previstos na Lei nº 14.133/2021.

5.7.2. As sessões públicas deverão ser gravadas em áudio e vídeo, juntando-se tais gravações aos autos do processo licitatório, conforme art. 17, §5º, da Lei nº 14.133/2021, garantindo a **transparência** e a possibilidade de auditoria.

5.8. Certificação de Qualificação Técnica (CENP)

5.8.1. Em conformidade com os arts. 1º e 4º da Lei nº 12.232/2010, a prestação dos serviços **exige** que a agência de propaganda possua certificado de qualificação técnica (CENP) ou de entidade equivalente legalmente reconhecida.

5.9. Habilitação

5.9.1. As licitantes deverão comprovar regularidade jurídica, fiscal, trabalhista, econômico-financeira e **qualificação técnica** compatível com o objeto desta licitação.

5.10. Garantia Contratual

5.10.1. Poderá ser exigida a prestação de garantia de até **5%** do valor anual estimado da contratação, conforme art. 96 da Lei nº 14.133/2021, em modalidade a ser escolhida pela vencedora (caução em dinheiro/títulos, seguro-garantia ou fiança bancária).

5.11. Comissão de Julgamento

5.11.1. O procedimento licitatório será conduzido pelo Agente de Contratação ou Comissão de Contratação, designado nos termos da Lei nº 14.133/2021.

5.11.2. A Subcomissão Técnica (art. 10, §§ 1º e 2º, da Lei nº 12.232/2010) será responsável pelo julgamento das propostas técnicas, composta por, no mínimo, 3 (três) membros, sendo pelo menos 1 (um) sem vínculo com a Câmara Municipal.

5.11.3. Na hipótese de inexistência de servidores públicos lotados na Câmara Municipal de Francisco Morato com formação ou atuação comprovada nas áreas de publicidade, comunicação ou marketing, ou na ausência de profissionais inscritos para compor a subcomissão, será formalmente oficiada a



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

Associação dos Profissionais de Propaganda – APP Brasil, entidade representativa da categoria, para que proceda à indicação de profissionais habilitados, nos termos do § 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010. Os nomes indicados comporão a lista a ser utilizada em sorteio público, observando-se os princípios da publicidade, isonomia e imparcialidade.

5.12. Condições Contratuais

5.12.1. As cláusulas da minuta de contrato observarão os dispositivos da Lei nº 12.232/2010, com **detalhamento das obrigações** da agência e do órgão contratante.

5.12.2. O pagamento da remuneração da agência não estará condicionado a resultados específicos de campanha, **apesar** de ser facultado ao órgão avaliar o cumprimento das obrigações contratuais, inclusive quanto à qualidade técnica das entregas.

5.12.3. A agência contratada atuará como **intermediária** para a contratação de fornecedores especializados (produção, execução de peças etc.) e de veículos de comunicação (TV, rádio, jornal, internet etc.), nos termos da Lei nº 4.680/1965.

5.13. Vigência do Contrato

5.13.1. O contrato poderá ter vigência inicial até 31/12/2025 (ou outro período definido no Edital), com possibilidade de **prorrogação** conforme interesse público e limites legais, por meio de termo aditivo.

5.14. Exigências quanto a Participação de Fornecedores

5.14.1. O Edital observará o art. 25 da Lei nº 14.133/2021, bem como o art. 6º da Lei nº 12.232/2010, estabelecendo que somente **agências de propaganda** poderão executar o objeto licitado, vedando-se o fracionamento do serviço em lotes que desconfigurem a unidade técnica de comunicação.

6. ESTIMATIVAS DE QUANTIDADES E VALOR DA CONTRATAÇÃO

(Art. 18, §1º, IV e VI, da Lei nº 14.133/2021)

6.1. O **número de campanhas** previsto poderá variar de acordo com as demandas institucionais ao longo do ano, respeitando possíveis restrições eleitorais.

6.2. **Não há como estabelecer planilhas detalhadas** de quantitativos e preços unitários, pois a publicidade envolve **criação intelectual**, e cada projeto publicitário poderá ter alcance, duração e meios de veiculação específicos (internet, TV, rádio etc.).

6.3. Diante disso, define-se um **valor global** como referência, garantindo-se o devido registro orçamentário. As campanhas serão executadas ao longo do



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

período de vigência contratual, conforme a programação de comunicação da Câmara Municipal.

7. LEVANTAMENTO DE MERCADO

(Art. 18, §1º, V, da Lei nº 14.133/2021)

7.1. Para suprir as necessidades descritas no item 2, foram consideradas as seguintes alternativas de mercado:

- a) **Credenciamento** de fornecedores locais ou regionais, limitado, porém, à impossibilidade de unificar o planejamento e execução em um só prestador;
- b) **Designar toda a publicidade à equipe interna** do Departamento de Comunicação, o que se mostra inviável pela sobrecarga de tarefas e pela própria lei que exige a intermediação de agência na publicidade oficial;
- c) **Contratar agência de publicidade**, conforme Lei nº 12.232/2010, garantindo um serviço abrangente e especializado.

7.2. A experiência demonstra que a opção (c) é a mais **adequada** para garantir a criatividade e o suporte técnico necessário em publicidade, dada a **demand contínua** de campanhas e materiais institucionais, bem como a contratação de mão de obra com capacitação técnica-criativa e constante atualização do mercado publicitário.

8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

(Art. 18, §1º, VII, da Lei nº 14.133/2021)

8.1. O **objeto** do contrato de serviços de publicidade envolve atividades integradas de **estudo, planejamento, criação, intermediação e distribuição** de mensagens, com vistas a informar o público e consolidar a imagem institucional da Câmara Municipal.

8.2. Entre as **atividades complementares** (art. 2º, §1º, da Lei nº 12.232/2010), incluem-se:

- Pesquisas para definição de público-alvo e mensuração de resultados;
- Produção e execução técnica de peças publicitárias;
- Criação de estratégias inovadoras de comunicação, considerando tecnologias digitais e tradicionais.

8.3. É **vedada** a inclusão de outras atividades estranhas ao objeto da publicidade (assessoria de imprensa, eventos festivos etc.), nos termos do art. 2º, §2º, da Lei nº 12.232/2010.

8.4. O **pagamento** à agência dar-se-á após a prestação dos serviços, mediante apresentação de notas fiscais e comprovação de regularidade, em prazo de até 30 (trinta) dias, conforme disciplinado no contrato e na legislação aplicável.



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

9. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

(Art. 18, §1º, VIII, da Lei nº 14.133/2021)

9.1. **Não** se mostra viável o parcelamento do objeto, pois o **planejamento** e a **execução** das ações de comunicação necessitam de **unidade** e **consistência**.

9.2. Os serviços de publicidade são **complementares** e **interdependentes**, o que inviabiliza sua divisão em lotes sem prejuízo da qualidade técnica e da competitividade.

10. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

(Art. 18, §1º, IX, da Lei nº 14.133/2021)

10.1. A contratação visa dar maior **eficiência** e **transparência** às ações do Legislativo, assegurando à população o pleno acesso às informações sobre projetos e atividades da Câmara.

10.2. A **expertise** da agência contratada, aliada ao conhecimento interno da Casa, resultará em maior **celeridade**, **criatividade** e **impacto** das campanhas, gerando:

Consolidação de uma **imagem institucional** positiva da Câmara Municipal;

Maior **engajamento** popular nas questões legislativas;

Clareza e objetividade na comunicação dos atos oficiais;

Orientação à sociedade quanto aos serviços disponíveis e formas de participação;

Cumprimento do princípio constitucional da publicidade, **fortalecendo a cidadania**.

11. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

(Art. 18, §1º, X, da Lei nº 14.133/2021)

11.1. **Não** se faz necessária qualquer alteração estrutural ou adequação de ambiente na Câmara Municipal, pois a execução se dará, em regra, nas instalações da própria agência ou em veículos de comunicação.

11.2. A Câmara já dispõe de **estrutura administrativa** para acompanhar, fiscalizar e aprovar as criações e demandas publicitárias (Departamento administrativo, mais o gestor e fiscal deste contrato) que deverá atuar respeitando o princípio da segregação de função.

12. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

(Art. 18, §1º, XI, da Lei nº 14.133/2021)



CÂMARA MUNICIPAL DE FRANCISCO MORATO PODER LEGISLATIVO

12.1. **Não** há contratações correlatas interdependentes previstas. A agência contratada exercerá a intermediação com fornecedores e veículos de divulgação, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

13. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS MITIGADORAS

(Art. 18, §1º, XII, da Lei nº 14.133/2021)

13.1. As campanhas publicitárias podem envolver produção de materiais impressos e utilização de meios eletrônicos (TV, rádio, internet). **Não** há, neste momento, impactos ambientais significativos mapeados.

13.2. No caso de materiais impressos (banners, cartazes etc.), será recomendável priorizar **meios sustentáveis** (papel reciclável, impressão controlada etc.), conforme diretrizes de responsabilidade socioambiental.

14. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

(Art. 18, §1º, XIII, da Lei nº 14.133/2021)

À vista de todo o exposto, **mostra-se viável e necessária** a contratação de serviços de publicidade por intermédio de **agência de propaganda**, como forma de assegurar:

- **Soluções publicitárias eficazes** e especializadas,
- **Transparência e ampla participação** popular,
- **Suporte técnico** à equipe interna da Câmara Municipal de Francisco Morato,
- **Atendimento adequado** das obrigações legais de publicidade dos atos administrativos e legislativos.

A adoção dos procedimentos licitatórios previstos em lei (Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021 e demais normas correlatas) garante o **fomento à competitividade e a eficiência na gestão dos recursos públicos**.

Recomenda-se, pois, **submeter à autoridade competente** este Estudo Técnico Preliminar, para fins de aprovação, prosseguindo-se com os atos de formalização e abertura do procedimento licitatório, conforme a legislação aplicável.

Responsáveis

KALISSA CAROLINA PEREIRA DA SILVA
Secretária Administrativa

Aprovado por:



CÂMARA MUNICIPAL DE
FRANCISCO MORATO
PODER LEGISLATIVO

RODRIGO MARTINS DE SENA
Presidente da Câmara Municipal de Francisco Morato

RUA VIRGILIO MARTINS DE OLIVEIRA - CENTRO - CEP:07901-020
C.N.P.J. N° 50.528.983/0001-01 - TEL: (11)4489-8888
e-mail: camarafrmorato@uol.com.br
www.camarafranciscomorato.sp.gov.br