



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)

Objeto: Contratação de serviços de publicidade para atender às demandas de comunicação institucional da Câmara Municipal de Lorena, conforme especificações e condições estabelecidas no Termo de Referência.

Área Requisitante: Departamento de Comunicação Social

Responsável: Inayara Eloy dos Santos

1. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Câmara Municipal de Lorena integra o Poder Legislativo local, exercendo as funções legislativa e fiscalizadora, conforme previsto na Constituição Federal e na Lei Orgânica do Município. Entre suas obrigações, está o dever de informar a população sobre ações, programas e projetos, bem como promover campanhas educativas que estimulem o pleno exercício da cidadania e o controle social.

A comunicação institucional na Câmara Municipal de Lorena 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.

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 propaganda, que dispõem de recursos técnicos e humanos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias, garantindo adequada relação custo-benefício e elevado padrão de qualidade.

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 e dos atos institucionais do Poder Legislativo 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;
- 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.

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.

2. PREVISÃO NO PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÕES

A Câmara Municipal de Lorena não possui um Plano Anual de Contratações formalmente instituído; no entanto, a contratação de serviços de publicidade foi realizada anteriormente por meio de contrato vigente de 2021 até seu encerramento no ano passado.

A disponibilidade orçamentária será verificada após a pesquisa de preços e antes da publicação do edital, garantindo que a contratação esteja alinhada com as previsões financeiras da Câmara.

Embora não prevista em um plano formal, a contratação segue o planejamento estratégico do órgão e atende às necessidades institucionais de comunicação e transparência.

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

O inciso III do § 1º do artigo 18 da Lei nº 14.133/2021, que trata dos Requisitos da Contratação, não foi incluído neste Estudo Técnico Preliminar, uma vez que as informações relativas a esse item estarão detalhadamente descritas no Termo de Referência, que acompanha o presente estudo como anexo.

4. ESTIMATIVA DE QUANTIDADE

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

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.

Diante disso, define-se um valor global como referência, garantindo-se o devido



registro orçamentário. As campanhas serão executadas ao longo do período de vigência contratual, conforme a programação de comunicação da Câmara Municipal.

5. ANÁLISE DE MERCADO

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 Social, 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.

A experiência demonstra que a opção (c) é a mais adequada para garantir a criatividade e o suporte técnico necessário em publicidade, dada a demanda contínua de campanhas e materiais institucionais.

6. ESTIMATIVA DE VALOR

Para a definição do valor estimado da contratação, foi realizada uma pesquisa simplificada. Considerando duas abordagens: (I) consulta ao último contrato firmado pela Câmara Municipal de Lorena para serviços de publicidade e (II) análise de contratos similares disponíveis no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP). Para garantir maior compatibilidade entre os cenários analisados, foram considerados exclusivamente contratos firmados por outras Câmaras Municipais, tendo sido consultados as Câmaras de Macaé/RJ, Blumenau/SC e Caçador/SC.

O último contrato vigente teve valor inicial de R\$ 388.282,61, acrescido de 25% por meio de aditivo, totalizando R\$ 485.353,26. No entanto, para definição do novo valor estimado, também foi analisado o investimento per capita em publicidade das Câmaras Municipais consultadas, considerando a relação entre os gastos com comunicação institucional e o número de habitantes de cada município. Essa abordagem permitiu um ajuste proporcional ao porte e às demandas da Câmara Municipal de Lorena, resultando na estimativa de R\$ 836.175,51 para o novo período contratual.

A estimativa apresentada será refinada com a pesquisa de mercado a ser conduzida na fase preparatória da contratação, assegurando a adequação do valor ao cenário atual e às necessidades institucionais da Câmara.

6.1. MEMÓRIA DE CÁLCULO

Cálculo do investimento per capita:

- Macaé: R\$ 6.000.000,00 / 246.391 habitantes = R\$ 24,35 por habitante
- Blumenau: R\$ 2.200.000,00 / 361.261 habitantes = R\$ 6,09 por habitante
- Caçador: R\$ 240.000,00 / 73.720 habitantes = R\$ 3,26 por habitante
- Lorena: R\$ 485.353,26 / 84.855 habitantes = 5,72 por habitante

Cálculo da média do investimento per capita

$$(24,35 + 6,09 + 3,26 + 5,72) / 4 = 9,85$$

Média per capita: R\$ 9,85 por habitante

Aplicação da média per capita à população de Lorena

$$R\$ 9,85 \times 84.855 \text{ habitantes} = R\$ 836.175,51$$

7. DETALHAMENTO DA SOLUÇÃO

O inciso VII do § 1º do artigo 18 da Lei nº 14.133/2021, que trata da descrição da solução como um todo, não foi incluído neste Estudo Técnico Preliminar, uma vez que as informações relativas a esse item estarão detalhadamente descritas no Termo de Referência, que acompanha o presente estudo como anexo.

8. JUSTIFICATIVA DO PARCELAMENTO

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

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

9. RESULTADOS ESPERADOS

O inciso IX do § 1º do artigo 18 da Lei nº 14.133/2021, que trata do demonstrativo dos resultados pretendidos, não foi incluído neste Estudo Técnico Preliminar, uma vez que as informações relativas a esse item estarão detalhadamente descritas no Termo de Referência, que acompanha o presente estudo como anexo.

10. AÇÕES PRELIMINARES

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.

A Câmara já dispõe de estrutura administrativa para acompanhar, fiscalizar e aprovar as criações e demandas publicitárias.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não há registro de contratações correlatas ou interdependentes.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

A execução dos serviços publicitários poderá envolver a produção de materiais impressos e uso de meios eletrônicos, como TV, rádio e internet. Embora os impactos ambientais diretos sejam limitados, há a necessidade de mitigar potenciais desperdícios e otimizar o uso de recursos.

Dentre os riscos mapeados, destaca-se o uso inadequado de materiais impressos, que pode gerar impacto ambiental negativo. Para minimizar os efeitos, deverão ser priorizados materiais recicláveis e práticas de impressão controlada, evitando desperdícios desnecessários.

Além disso, a empresa contratada deverá adotar boas práticas de sustentabilidade ambiental, buscando a otimização de recursos, a redução de desperdícios e a minimização da poluição, conforme previsto nos requisitos da contratação.

Sempre que viável, será recomendada a substituição de materiais físicos por soluções digitais, contribuindo para a redução do consumo de insumos e para maior eficiência operacional.

13. ANEXO

- Termo de Referência
- Análise de Riscos
- Briefing



14. CONCLUSÃO

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

- Soluções publicitárias eficazes e especializadas, garantindo uma comunicação institucional clara e acessível;
- Ampliação da transparência e da participação popular nos atos do Poder Legislativo Municipal;
- Suporte técnico qualificado à equipe interna da Câmara Municipal de Lorena;
- Atendimento adequado das obrigações legais de publicidade dos atos administrativos e legislativos, conforme previsto na legislação vigente.

A adoção dos procedimentos licitatórios previstos em lei (Lei nº 12.232/2010, Lei nº 14.133/2021 e demais normas correlatas) assegura a observância dos princípios da competitividade e da eficiência, promovendo a otimização dos recursos públicos e a execução dos serviços de forma estratégica e alinhada ao interesse público.

Lorena, 28 de março de 2025

Inayara Eloy dos Santos
Responsável pelo Estudo Técnico Preliminar