



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR 002/2025/DCS

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura de São João da Boa Vista, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

1. ÁREA REQUISITANTE

I. 02.01 Departamento de Comunicação Social

2. DESIGNAÇÃO DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO

2.1. A equipe de planejamento designada pela Portaria Nº 18.929, de 12 de maio de 2025, para participar dos estudos e da elaboração do presente documento é composta por:

- Antonio Luiz Magalhães, Diretor do Departamento, autoridade da área requisitante e responsável pelo levantamento dos requisitos e solução pretendida;
- Michel de Carvalho Bertoncelli, **Chefe de Setor de Expedientes e Gerenciamento de Pessoal**, integrante da área requisitante e responsável pelo acompanhamento administrativo e pesquisas de preço.
- Débora Ferraz Carvalho, Chefe do Setor de Licitações, integrante do Departamento de Administração e responsável por orientar sobre a modalidade a ser adotada, os documentos a serem elaborados e legislações pertinentes.

3. DIRETRIZES QUE NORTEARÃO ESTE ETP

3.1. O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, com vistas a melhor atender às necessidades de comunicação institucional da Prefeitura de São João da Boa Vista, bem como promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

3.2. A pretensa contratação visa atender às legislações vigentes nas esferas federal, estadual e municipal. Conforme a seguir:

- a) Lei nº 14.133/21, que dispõe sobre as licitações e contratos administrativos do poder público;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- b) Decreto Municipal nº 7.587/23, que regulamenta a Lei nº 14.133/21 no município;
- c) Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda;
- d) Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda;
- e) Decreto nº 57.690/66, que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65;
- f) Decreto nº 4.563/2002, que altera o regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 para execução da Lei nº 4.680/65;
- g) Lei nº 13.709/2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais.

3.3. E demais leis que regulamentam os serviços de publicidade e contratações na administração pública.

4. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO NA FORMA PRESENCIAL

4.1. O parágrafo 2º do artigo 17 da Lei 14.133/21 dispõe que:

“As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo.”

4.2. Entretanto, por se tratar de contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agências de propaganda, além da Lei nº 14.133/21, todo o procedimento deverá seguir as normas dispostas da Lei nº 12.232/2010, que normatiza a contratação de tais serviços.

4.3. A Lei nº 12.232/2010, em seu Art. 6º, inciso IV, determina que o edital deve prever a apresentação das propostas técnicas em invólucros distintos e lacrados, identificados como “Via Não Identificada” e “Via Identificada”. O § 4º do mesmo artigo reforça que a “Via Não Identificada” não poderá conter qualquer elemento que identifique o licitante autor da proposta. O objetivo é garantir a imparcialidade no julgamento técnico das propostas pela Subcomissão Técnica, que deve avaliar o conteúdo do Plano de Comunicação Publicitária sem conhecer a autoria.

4.4. Destarte, cumpre evidenciar que a administração utiliza como plataforma para a realização de suas licitações, a Bolsa de Licitações e Leilões do Brasil – BLL. Tal plataforma, embora uma das mais utilizadas, não possui ferramentas adequadas para a realização do certame com o sigilo exigido pela lei nº 12.232/2010, durante o recebimento, guarda e julgamento das Propostas de “Via Não Identificada”.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

4.5. Importante pontuar, que os sistemas eletrônicos podem não possuir mecanismos suficientes para impedir a identificação por metadados dos arquivos eletrônicos, bem como garantir que o acesso aos arquivos ocorra sem a identificação ou até mesmo o sigilo absoluto mantido até o momento adequado.

4.6. Desta forma, torna-se inviável a realização da licitação por meio eletrônico, fundamentando a opção de realização do certame de forma presencial, garantindo o atendimento das legislações pertinentes à contratação.

4.7. Outrossim, em atenção às disposições da Lei 14.133/21, as sessões públicas do certame licitatório serão gravadas em áudio e vídeo.

5. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso I da lei 14.133/2021)

5.1. Cabe ao Departamento de Comunicação Social planejar, coordenar, supervisionar e controlar as ações de comunicação da Prefeitura, que abrange as ações de publicidade e propaganda institucional.

5.2. A comunicação da Prefeitura baseia-se no princípio constitucional da publicidade, disposto no parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal, que garante o direito da população e o dever do administrador de divulgar os atos praticados pela Administração, a fim de que os cidadãos possam tomar conhecimento e as providências necessárias ao controle da legalidade, da moralidade e da eficiência das atividades do município.

5.3. Em atenção ao princípio constitucional, a publicidade dos atos, programas e dos serviços públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social e deve estar vinculada a objetivos sociais e de interesse público, cumprindo a importante função institucional de fortalecimento da cidadania e promoção da transparência e do controle social, além da valorização da atuação da Prefeitura perante a sociedade.

5.4. Para o desenvolvimento e a execução das ações de comunicação, entre elas a publicidade de natureza institucional e de utilidade pública, o Município dispõe de orçamento específico previsto na Lei Orçamentária e no respectivo Plano Plurianual.

5.5. Ressalta-se que, dentre as ferramentas de comunicação social, a publicidade absorve parte significativa dos investimentos públicos, na medida em que envolve a aquisição de tempo e espaço de mídia nos diversos veículos de comunicação e divulgação, para transmissão das mensagens da Administração Pública à sociedade.

5.6. Para desempenhar esse papel de forma adequada e eficaz, observada a legislação em vigor, em especial a Lei n. 12.232/2010, a Prefeitura necessita aliar as competências de suas equipes internas à expertise de agência de propaganda, a qual dispõe dos conhecimentos técnicos, profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores soluções publicitárias às necessidades de



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

comunicação apresentadas, com vistas a contribuir para o atingimento dos objetivos do Município e a rentabilização dos investimentos e recursos públicos envolvidos no desenvolvimento das ações publicitárias.

5.7. A presente licitação visa a aprimorar os dispositivos contratuais, de forma a promover maior adequabilidade e segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

6. PLANO ANUAL DE CONTRATAÇÃO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso II da lei 14.133/2021)

6.1. O Município de São João da Boa Vista ainda não possui Plano de Contratação Anual, contudo, a pretensa contratação compreende serviços essenciais para a Administração, previsto no Plano Plurianual, na Lei de Diretrizes Orçamentárias e na Lei Orçamentária Anual, atendendo aos requisitos da Lei Federal nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis.

7. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso III da lei 14.133/2021)

7.1.1. Contratação de agência de propaganda, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, para a prestação de serviços de publicidade institucional, com a finalidade de promover ações de comunicação da Prefeitura de São João da Boa Vista, divulgar programas, serviços, projetos, campanhas educativas e ações administrativas de interesse coletivo, garantindo a efetividade da transparência pública.

7.1.2. Os serviços a serem prestados são os relacionados no artigo 2º, e parágrafo 1º da Lei 12.232/2010, definidos como:

“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.”

7.1.3. E de acordo com o parágrafo 1º da referida lei,

“nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no artigo 3º desta Lei;

II – à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III – à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”

7.1.4. A solução pretendida deverá contemplar os seguintes requisitos, considerados essenciais e suficientes para atender às necessidades da Administração:

- I. Abrangência dos Serviços - A agência contratada deverá ser capaz de prestar serviços que compreendam, no mínimo:
 - a. Estudo, planejamento e execução de campanhas publicitárias;
 - b. Criação e produção de peças publicitárias, para mídia impressa, digital, rádio, TV, redes sociais e meios alternativos;
 - c. Execução interna e intermediação para veiculação externa, respeitando os critérios legais;
 - d. Desenvolvimento de estratégias de comunicação integrada, visando fortalecer a imagem institucional da Prefeitura;
 - e. Acompanhamento, controle e avaliação dos resultados das ações publicitárias.
- II. Adequação Técnica A contratada deverá possuir:
 - a. Capacidade técnica comprovada para atuação nas áreas de publicidade e propaganda;
 - b. Equipe multidisciplinar com profissionais das áreas de criação, redação, mídia, planejamento, atendimento, produção e tráfego;
 - c. Estrutura operacional mínima para atendimento das demandas da Prefeitura, com prazos definidos e flexibilidade conforme a urgência da comunicação.
- III. Observância à Legalidade
 - a. Os serviços deverão ser prestados em conformidade com a Lei nº 12.232/2010;
 - b. A veiculação das campanhas deverá obedecer aos princípios constitucionais da impessoalidade, moralidade, legalidade e finalidade pública, vedando o uso promocional de autoridades ou servidores.
- IV. Resultados Esperados
 - a. Maior alcance e eficácia na divulgação das ações da Prefeitura de São João da Boa Vista;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- b. Transparência e clareza na comunicação com a população;
- c. Estímulo à participação cidadã nas políticas públicas;
- d. Padronização visual e comunicacional das campanhas institucionais;
- e. Otimização de recursos públicos com planejamento estratégico de mídia.

7.1.5. Os requisitos visam atender de forma objetiva à demanda do Departamento de Comunicação Social da Prefeitura de São João da Boa Vista, com foco na prestação de contas à população, divulgação de informações relevantes e fortalecimento da relação entre governo e sociedade.

7.2. Modalidade e Critério de Julgamento

7.2.1. Nos termos do art. 5º da Lei nº 12.232/2010, as licitações para contratação de serviços publicitários prestados por intermédio de agência de propaganda devem obrigatoriamente adotar critérios de julgamento baseados em “técnica” ou “técnica e preço”.

7.2.2. Entende-se que o critério “técnica e preço” para julgamento é o mais adequado por conta da natureza do serviço pretendido, no qual exige julgamento da qualidade e da capacidade de execução da proposta técnica, o que não pode ser mensurado apenas pelo preço.

7.2.3. Esse critério permite selecionar a licitante com melhor capacidade de desempenhar os serviços visando o alcance, público-alvo e efetividade da divulgação das mensagens institucionais com eficiência. Garante que a agência tenha compreensão real das políticas públicas envolvidas e capacidade de desenvolver soluções criativas alinhadas ao interesse público.

7.2.4. O julgamento exclusivamente por menor preço compromete a efetividade da comunicação pública, pois ignora critérios de originalidade, inovação e compreensão do contexto social e institucional, podendo gerar prejuízos ao erário.

7.2.5. Na ponderação entre técnica e preço, a pontuação da proposta técnica deverá ter peso superior ao da proposta de preços e, com base em boas práticas e jurisprudência do TCU, na seguinte proporção:

- Proposta técnica: 70% do peso total
- Proposta de preços: 30% do peso total

7.2.6. Essa ponderação valoriza a capacidade criativa, estratégica e técnica da agência, mais do que o simples menor preço.

7.2.7. O cálculo se dará por meio da média ponderada entre as notas atribuídas à Proposta Técnica e à Proposta de Preços, conforme disposição do artigo 36. Parágrafo 1º, inciso I da Lei 14.133/21, e será detalhado no Termo de Referência.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

7.2.8. A contratação de agência de propaganda envolve a prestação de serviços especializados, com complexidade criativa, análise estratégica e conhecimento técnico, o que o caracteriza como serviço de natureza predominantemente intelectual. Algumas características que evidenciam essa natureza são:

- i. Criação de conceitos, slogans, peças e campanhas que exigem domínio da linguagem publicitária e sensibilidade cultural;
- ii. Planejamento de mídia com base em dados demográficos, de alcance e efetividade da comunicação;
- iii. Interpretação de políticas públicas e sua tradução em linguagem acessível à população;
- iv. Capacidade de articulação entre diferentes meios (TV, rádio, redes sociais, outdoor, impressos etc.) de forma coerente e eficaz.

7.2.9. A ponderação entre técnica e preço, com peso maior para a proposta técnica, é a única compatível com os objetivos da contratação de agência de propaganda, exigida por lei, reconhecida pela jurisprudência e justificada pela natureza intelectual e estratégica do serviço. Adotar outro critério, como menor preço ou maior desconto, seria inadequado à complexidade da contratação, comprometendo a qualidade dos serviços de comunicação.

7.3. Apresentação e julgamento da Proposta Técnica

7.3.1. De acordo com o artigo 6º Inciso IX da Lei 12.232/2010, o formato para apresentação pelas licitantes do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, fontes tipográficas, espaçamento de parágrafos, quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, visando assegurar a inviolabilidade da autoria do quesito mais importante da Proposta Técnica.

7.3.2. A metodologia de julgamento das Propostas Técnicas, que determina a elaboração de justificativas escritas das razões que fundamentam as pontuações, se adéqua com as regras da Lei 12.232/2010 e da lei 14.133/21, fornecendo, assim, condições para um controle mais efetivo dos atos da Subcomissão Técnica, pelos órgãos de controle e pelas empresas concorrentes do certame.

7.3.3. A presente contratação estabelecerá a pontuação máxima do quesito Plano de Comunicação Publicitária em 65 (sessenta e cinco) pontos, cabendo pontuações mais elevadas para os subquesitos Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e de Não Mídia e Raciocínio Básico, nessa ordem, por abarcarem as informações mais relevantes do referido Plano.

7.3.4. Para os outros três quesitos que compõem a Proposta Técnica, destaca-se a pontuação da Capacidade de Atendimento (pontuação máxima 15 pontos), Repertório (pontuação máxima 10 pontos)



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (pontuação máxima 10 pontos), que junto com os subquestos do Plano de Comunicação Publicitária constituem os quatro pilares mais importantes do julgamento das Propostas Técnicas em licitações da espécie.

7.3.5. A fim de promover maior praticidade e segurança ao julgamento técnico, também deve ser ajustada a forma estabelecida para referendar os cases publicitários junto aos respectivos anunciantes pelas empresas licitantes, no âmbito do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Proposta Técnica.

7.3.6. Com respaldo na Lei 12.232/2010, artigo 6º, inciso X, a presente contratação estabelecerá que as peças constantes dos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação devam ter sido implementadas nos últimos cinco anos. Tal exigência busca proporcionar condições isonômicas às agências concorrentes e apoiar o julgamento da Subcomissão Técnica.

7.4. Apresentação e julgamento da Proposta de Preços

7.4.1. Na proposta de Preços deverão ser observadas as normas estabelecidas pelo Decreto n. 4563/2002 e pelo Fórum de Autorregulação do Mercado Publicitário – CENP, atual denominação do anterior Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que contemplam condições diferenciadas de remuneração para a Administração Pública, nos termos do inciso V do artigo 6º da lei 12.232/2010.

7.4.2. De acordo com os referidos dispositivos, nas contratações com o setor público e a depender dos valores que o anunciante pretende investir em mídia, determinadas formas de remuneração de agência podem ser reduzidas, com a concessão de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, assim como com a redução percentual de honorários sobre produção externa de serviços especiais, incluindo pesquisas, formas inovadoras de comunicação e pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos não remunerem as agências

7.4.3. Assim, diante do valor estimado das compras de tempo e espaço publicitários a serem efetuadas pelo município para elaboração da Proposta de Preços, as licitantes deverão apresentar seus preços sujeitos à valoração, seja:

- Em relação aos chamados “custos internos” fixados referencialmente pela Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com aplicação de desconto;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- Em relação a honorários sobre fornecimento de produtos e serviços especializados, realizados externamente por fornecedores de tais serviços, que gerem ou não veiculação;
- Pela intermediação na contratação de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, bem como à intermediação na 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 e
- Pela intermediação na contratação de mídia digital, nos casos em que os veículos digitais não remunerem as agências com o desconto de agência.

7.5. Habilitação

7.5.1. As licitantes deverão apresentar documentos e declarações que comprovem sua habilitação jurídica, sua regularidade fiscal e trabalhista, sua qualificação técnica e sua qualificação econômico-financeira.

7.5.2. Aplicam-se os requisitos técnicos previstos no art. 4º da Lei nº 12.232/2010:

- Registro legal – Registro ou inscrição da empresa na entidade profissional competente, reconhecida nacionalmente como representativa do setor (por exemplo, o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou entidade equivalente).
- Comprovação de aptidão técnica – Atestados de capacidade técnica fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que comprovem:
 - A execução, pela licitante, de serviços de publicidade compatíveis em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação;
 - Que a licitante tenha elaborado, no mínimo, uma campanha publicitária com estratégias de mídia e produção de peças.
- Comprovação de instalações e equipe técnica – Declaração de que dispõe de instalações apropriadas e de equipe técnica própria, multidisciplinar, compatível com o objeto da licitação (atendimento, criação, planejamento, mídia, produção etc.).

7.5.3. Demais documentos aplicáveis conforme Lei nº 14.133/2021, como:

- 1) Habilitação jurídica;
- 2) Regularidade fiscal e trabalhista (CNDs, FGTS, CNDT etc.);
- 3) Qualificação econômico-financeira (balanço patrimonial, índices contábeis);



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

4) Declaração de inexistência de impedimentos legais.

7.5.4. É vedada a participação de agências que estejam impedidas de contratar com o poder público, bem como é obrigatória a realização de prova técnica (conforme Art. 5º da Lei nº 12.232/2010), com a apresentação de propostas técnicas e criativas simuladas para fins de julgamento.

7.5.5. A exigência de atestados de capacidade técnica relacionados às parcelas de maior relevância está plenamente respaldada no Art. 4º da Lei nº 12.232/2010 e Art. 67 da Lei nº 14.133/2021, garantindo uma seleção baseada na competência real e comprovada das licitantes.

7.6. Critérios de Julgamento

7.6.1. Os critérios de julgamento foram definidos de forma objetiva, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, respeitando os princípios da Administração Pública e atendendo às necessidades da Prefeitura de São João da Boa Vista.

7.6.2. A proposta técnica será avaliada com base em quesitos previamente definidos no Termo de Referência, em conformidade com o briefing, voltados à análise da estratégia de comunicação, criatividade, viabilidade de execução e capacidade técnica da agência.

7.6.3. A avaliação será conduzida por Subcomissão Técnica composta especificamente para esse fim, nos termos da legislação. As propostas deverão ser apresentadas conforme modelo estabelecido no Edital, assegurando comparabilidade e isonomia entre os concorrentes.

7.6.4. A pontuação técnica permitirá identificar a proposta que melhor atenda aos objetivos de comunicação da Administração, demonstrando a capacidade da agência em solucionar desafios de forma criativa, eficaz e transparente.

7.7. Condições Contratuais

7.7.1. As cláusulas dispostas na minuta do contrato observarão as determinações da lei n. 12.232/2010 e buscarão contemplar o maior detalhamento possível das condições a serem estabelecidas no relacionamento com a agência, dadas as características da atividade publicitária e as exigências legais as quais se submetem.

7.7.2. A agência, a partir de sua sede atenderá o Município, estabelecida em território nacional, disponibilizando os profissionais que forem necessários para esse atendimento, sem ter que montar, necessariamente, uma estrutura física neste município, na medida em que a proximidade pode ser adequadamente obtida com os recursos digitais disponíveis que apoiam o atendimento e o relacionamento, sem gerar prejuízos aos serviços prestados.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

7.7.3. No entanto, com vistas a garantir excelência na prestação dos serviços, além de um profissional de atendimento, devem ser estabelecidos os perfis de profissionais e seus quantitativos para composição de uma equipe mínima no quadro da contratada, para atendimento da Prefeitura de São João da Boa Vista, que deve ser determinada pela licitante, devido a sua expertise, e considerando o perímetro, população e competências da administração pública do município.

7.7.4. Ressalta-se que a execução contratual poderá ser realizada pelos profissionais da agência, situados em outros estados, o que agrega uma série de benefícios para a Administração, em decorrência da expertise diversificada desses profissionais.

7.7.5. Dessa forma, os serviços a serem prestados devem ser claramente estabelecidos no termo contratual, sendo as condições de sua operacionalização definidas pela própria agência contratada, a seu critério ou em comum acordo, conforme a especificidade de cada serviço.

7.7.6. Será estabelecido um prazo de cinco dias úteis, para comprovação dos pagamentos realizados a fornecedores especializados e veículos de comunicação.

7.7.7. O desempenho global da contratada será periodicamente avaliado e a execução dos serviços será acompanhada e fiscalizada pelos gestores e fiscais do contrato, para o fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

7.7.8. Com vistas a proporcionar maior controle por parte desta Prefeitura e segurança no uso dos investimentos públicos, devem ser aperfeiçoados os dispositivos relacionados à comprovação das veiculações, no âmbito da execução contratual, estabelecendo a obrigação de as agências elaborarem relatórios de checagem, com os dados brutos que os originaram.

7.8. Definição e justificativa da natureza continuada do serviço

7.8.1. De acordo com o artigo 6º, inciso XV da Lei 14.133, os serviços prestados de forma continuada são:

“serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas.”

7.8.2. A interrupção da prestação dos serviços de publicidade pode gerar danos ao Município pela descontinuidade de atividades estratégicas previstas no planejamento do município, bem como impor obstáculo à efetivação do princípio da publicidade previsto no artigo 37, caput, da Constituição Federal.

7.8.3. É por meio da agência de propaganda a ser contratada que a Prefeitura de São João da Boa Vista obterá os serviços de produção e execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da agência, bem como



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

que realizará a distribuição dessas peças junto aos veículos de comunicação, nos termos da lei 4.680/65 e da Lei 12.232/2010.

7.8.4. Ademais, eventual interrupção dos serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de publicidade impediria o município, ainda que temporariamente, de cumprir o objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade.

7.8.5. Dessa forma, considerando a relevância das ações de publicidade no posicionamento institucional desta Prefeitura, frente aos desafios e aos problemas que se apresentam no dia a dia, entende-se pertinente manter a previsão no edital da possibilidade de prorrogação dos contratos, até o limite decenal, conforme disposições do art. 107, caput, da lei 14.133/21.

7.8.6. Vale destacar que a prorrogação dos contratos de publicidade, além de não ferir os dispositivos legais vinculados à matéria, vai ao encontro da jurisprudência do Tribunal de Contas da União – TCU, o qual entende que a definição de um serviço como sendo continuado depende de suas características específicas, ou seja, depende do exame de cada caso concreto.

7.9. Subcontratação

7.9.1. Nos termos do art. 14 da Lei nº 12.232/2010, é permitida a subcontratação de serviços especializados pela agência de propaganda contratada, desde que para a execução de atividades meio ou complementares, tais como produção de peças publicitárias, veiculação em meios de comunicação, pesquisas de opinião pública, produção audiovisual, entre outros.

7.9.2. A subcontratação não se estende à atividade principal da agência, que é o planejamento, concepção, coordenação e supervisão das campanhas publicitárias. A agência permanece plenamente responsável pela integridade técnica, criativa e estratégica das ações publicitárias, inclusive quanto aos serviços subcontratados.

7.9.3. A subcontratação será permitida nas seguintes condições:

- a. Aprovação prévia da Administração Pública, quanto aos fornecedores terceirizados e suas qualificações técnicas;
- b. Responsabilidade exclusiva da agência contratada, inclusive por eventuais falhas ou prejuízos decorrentes dos serviços subcontratados;
- c. Vedação ao fracionamento indevido da execução do contrato, conforme disposto na legislação de regência.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

7.9.4. Tais medidas asseguram eficiência operacional, viabilizam a execução de etapas técnicas específicas que exigem estrutura especializada (por exemplo, produção gráfica ou audiovisual), e respeitam os princípios da economicidade e continuidade dos serviços públicos.

7.10. Práticas de sustentabilidade como obrigação da contratada

7.10.1. A presente contratação deverá contemplar conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de propaganda, no âmbito da cláusula de Obrigações da Contratada, da seguinte forma:

“adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição.”

7.11. Duração inicial do contrato

7.11.1. A duração inicial do contrato será de 12 (doze) meses, com possibilidade de prorrogação, mediante acordo entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, limitada ao período decenal, conforme disposto no artigo 107 da Lei 14.133/21, com base na avaliação de desempenho da contratada, realizada periodicamente pela Prefeitura de São João da Boa Vista.

7.12. Transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas

7.12.1. Considerando que a capacidade técnica das licitantes é um dos quesitos julgados no âmbito do certame, não há, portanto, necessidade de transferência de conhecimento técnico da agência de propaganda ao término do contrato, já que ele é condição primordial para sua contratação.

7.13. Requisitos especificados que limitam a participação de fornecedores

7.13.1. A presente contratação não envolve a especificação prévia dos produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual.

7.13.2. De acordo com o artigo 6º da lei n. 12.232/2010 o instrumento convocatório dessa licitação não exigirá projeto básico ou executivo, uma vez que tais elementos são substituídos pelo briefing a ser apresentado pela Prefeitura de São João da Boa Vista, com dados para o desenvolvimento de uma campanha publicitária simulada, como forma de avaliação técnica das licitantes.

7.13.3. Por outro lado, a lei 12.232/2010 determina que a prestação de serviços de publicidade deve ocorrer, necessariamente, por meio de agência de propaganda.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

8. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA CONTRATAÇÃO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso IV da lei 14.133/2021)

8.1. A contratação dos serviços publicitários, conforme previsto no art. 6º a Lei nº 12.232/2010, não exige a quantificação prévia e detalhada dos produtos e serviços a serem executados durante a vigência contratual.

8.2. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

8.3. Como os serviços publicitários não são previamente estabelecidos no instrumento editalício, serão eles realizados durante a vigência do contrato administrativo, para criação, desenvolvimento, produção e veiculação de peças e campanhas publicitárias a critério da necessidade e conveniência da Administração Pública, motivo porque não há possibilidade de que seja estimado previamente um quantitativo de produtos e serviços a serem prestados no decorrer da execução contratual, que depende diretamente de cada solução publicitária aprovada.

8.4. O planejamento estratégico de comunicação da Prefeitura de São João da Boa Vista também não é capaz de fornecer subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha.

8.5. Por outro lado, a publicidade também é uma ferramenta utilizada pela Prefeitura para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados diariamente pelo município, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

9. LEVANTAMENTO DE MERCADO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso V da lei 14.133/2021)

9.1. A solução pretendida visa atender às necessidades de comunicação institucional da Prefeitura de São João da Boa Vista, de acordo com a Lei Nº 12.232/2010.

9.2. A Prefeitura não dispõe de equipe interna em quantidade ou com a especialização técnica necessária para executar, com a qualidade e a abrangência exigidas, os serviços de publicidade e



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

propaganda. Dessa forma, a terceirização por meio de agência especializada configura-se como a única alternativa viável para garantir a efetividade das ações de comunicação.

9.3. Os serviços a serem contratados envolvem a criação, produção, veiculação e monitoramento de campanhas institucionais e de interesse público, conforme diretrizes e necessidades da Administração. A contratação fracionada ou sob demanda, embora possível, comprometeria a continuidade e a integração das estratégias de comunicação, além de dificultar o planejamento e a mensuração de resultados. Por isso, faz-se necessária a dedicação contínua de profissionais especializados, o que justifica a contratação em regime contínuo.

9.4. Ressalta-se que a publicidade constitui uma ferramenta essencial de comunicação, utilizada para garantir a transparência, a informação e a promoção de ações públicas, conforme verificado em práticas consolidadas por outros órgãos públicos, disponíveis no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP.

9.5. Diante do exposto, a contratação de serviços publicitários por meio de agência de propaganda, de forma contínua e integrada, representa a solução mais eficiente e vantajosa para atingir os objetivos de comunicação institucional da Prefeitura, assegurando qualidade técnica, coerência nas campanhas e maior abrangência à população.

9.6. Conforme detalhado no Relatório de Pesquisa de Preços, que integra o presente processo, foram realizadas pesquisas nas formas de remunerações e descontos usuais no setor, com base na tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda (SINAPRO), de forma a garantir a adequação dos valores à realidade do mercado publicitário.

10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso VI da lei 14.133/2021)

10.1. A contratação dos serviços publicitários não envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual.

10.2. A agência a ser contratada será remunerada na forma estabelecida pelo edital e pela minuta do contrato administrativo, com base nos preços de mercado estabelecidos referencialmente pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária e anteriormente referida.

10.3. No decorrer da execução contratual, o fornecimento de bens e serviços por terceiros especializados exigirá a apresentação pelas agências contratadas, de no mínimo 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas, físicas ou jurídicas, previamente cadastradas pela Prefeitura de São João da Boa



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

Vista, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do artigo 14 da Lei 12.232/2010.

10.4. Na contratação de veículos de comunicação e divulgação para distribuição das peças publicitárias desenvolvidas no âmbito de uma campanha, serão praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados com a Prefeitura conforme disposto no artigo 15 da mesma lei.

10.5. Foi estimado o valor da contratação em **R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)**, consideradas as necessidades de comunicação a serem atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangências das demandas potenciais.

10.6. Utilizou-se também como referência valores investidos em publicidade por outras entidades públicas, como:

- Município de Francisco Morato, SP, contratação no valor de R\$2.200.000,00 (dois milhões e duzentos mil reais), disponível em <https://pncp.gov.br/app/editais/46523072000114/2025/11>
- Fundação Educacional do Município de Assis, São Paulo, no valor de R\$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), disponível em <https://pncp.gov.br/app/editais/51501559000136/2025/2>
- Câmara Municipal de Santos, SP, contratação no valor de R\$1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), disponível em <https://pncp.gov.br/app/editais/49203409000102/2024/26>
- Ferraz de Vasconcelos, SP, contratação no valor de R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais), disponível em <https://pncp.gov.br/app/editais/46523197000144/2025/92>

10.7. Uma comunicação eficiente é essencial para manter o público destinatário informado sobre serviços, programas e iniciativas desta entidade.

11. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso VII da lei 14.133/2021)

11.1. Os serviços compreendem ações de publicidade institucional e de utilidade pública relativas a temas e assuntos de competência ou interesse da Prefeitura de São João da Boa Vista, nos termos da Lei nº 4.680/1965. A agência interessada deverá possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento, conforme exigido pelo art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

11.2. A agência atuará por ordem e conta desta municipalidade, conforme dispõe o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados necessários à execução



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

das atividades complementares, bem como de veículos e demais meios de comunicação para a veiculação das mídias publicitárias.

11.3. Nos termos do artigo 2º da lei n. 12.232/2010, o objeto do contrato de serviços de publicidade envolve:

“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 mesmos de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

11.4. O parágrafo 1º do artigo 2º da mesma lei estabelece que nessas contratações possam ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

“

ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no artigo 3º desta Lei;

à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

“

11.5. Conforme o §2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, os contratos de serviços de publicidade devem ter por objeto exclusivamente as atividades nele previstas, sendo vedada a inclusão de outras atividades, como assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

11.6. As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do art. 2º da Lei nº 12.232/2010 somente poderão ser executadas se tiverem como finalidade aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e os resultados das campanhas publicitárias realizadas no âmbito do contrato. É vedada a inclusão de qualquer conteúdo que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto contratual.

11.7. Por fim, a comunicação publicitária deverá observar os seguintes princípios e diretrizes:

Adequação das mensagens ao universo cultural dos públicos-alvo;



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

- a. Adequação das mensagens ao universo cultural dos públicos-alvo;
- b. Valorização dos benefícios sociais das ações governamentais, indo além do público diretamente beneficiado;
- c. Observância das normas de identidade visual e uso das marcas institucionais do Poder Executivo Municipal;
- d. Aplicação eficiente e racional dos recursos;
- e. Aplicar caráter informativo, educativo e de estímulo à participação popular e à transparência da gestão no desempenho dos serviços;
- f. Utilização de veículos tradicionais de comunicação de massa, bem como de mídias alternativas e comunitárias;
- g. Aproveitamento dos canais institucionais próprios, como o portal eletrônico oficial e redes sociais (Instagram, Facebook, etc.), com estratégias de mídia e de não mídia;
- h. Elaboração de campanhas com conceito claro, objetivos bem definidos e justificativa alinhada às diretrizes de comunicação do Município.

12. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso VIII da lei 14.133/2021)

12.1. O parcelamento do serviço objeto deste edital não se mostra tecnicamente viável, uma vez que é mais satisfatória do ponto de vista da eficiência técnica, por manter a qualidade do serviço, já que planejamento e execução permanecem a cargo da mesma agência de publicidade. Visa-se também a garantia da unidade no trabalho de comunicação desenvolvido, pois os serviços listados são complementares na realização do serviço de comunicação integrada, não sendo assim objetos divisíveis, de naturezas distintas, que justifiquem uma separação por lotes com vistas à ampliação da competitividade.

12.2. Os serviços de publicidade são realizados pela agência de forma integrada, ou seja, estudo, concepção, criação de peças e campanhas publicitárias e intermediação na contratação de serviços especiais de publicidade, inclusive de pesquisas e formas inovadoras de comunicação, além da contratação da mídia.

12.3. De acordo com o artigo 2º da Lei Federal n. 12.232/2010:

“Para fins desta lei, considera-se serviços de publicidade 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



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

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.”

12.4. Nestes termos, caberá à única agência contratada, de forma integrada, responder ao contratante pelas atividades elencadas no normativo, desde os estudos iniciais até a divulgação das ações pretendidas. Não se aplica, portanto, a figura do parcelamento da solução no caso concreto de contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade de natureza continuada.

12.5. Assim sendo, a contratação dos serviços especializados prestados por fornecedores da agência, previstos no art. 2º Parágrafo 1º, incisos I a III da mencionada Lei, não caracteriza fracionamento da solução. A execução externa de partes complementares do objeto (produção e veiculação) é efetuada mediante intermediação da agência contratada, por conta e ordem do contratante, isto é, da Prefeitura de São João da Boa Vista.

12.6. Ademais, compete à agência a supervisão da execução externa, que consiste em orientação, coordenação e controle da execução do objeto do contrato.

12.7. Destarte, revela-se desnecessária a divisão da conta publicitária em lotes, expediente eventualmente adotado em âmbito estadual e federal por meio do qual divide-se a conta publicitária para atendimento a secretarias e/ou ministérios.

13. RESULTADOS PRETENDIDOS (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso IX da lei 14.133/2021)

13.1. Com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Prefeitura de São João da Boa Vista pretende desempenhar, com maior eficiência, sua atribuição de orientar, assim como concretizar seu objetivo estratégico de relacionamento e comunicação com a sociedade, divulgando as ações do município.

13.2. Ao desenvolver uma publicidade mais assertiva, a Prefeitura ampliará a eficiência do orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza uso responsável dos recursos públicos.

13.3. Ressalta-se que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias para apoiar a atuação da Prefeitura, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da publicidade do município e, consequentemente, melhor atendimento das necessidades de comunicação desta, no enfrentamento dos desafios institucionais vivenciados no dia a dia.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

13.4. A agência de propaganda contratada tornar-se-á responsável pela intermediação e supervisão da contratação corriqueira de fornecedores especializados para produção e execução das peças e materiais publicitários desenvolvidos no decorrer da execução contratual, bem como a contratação dos inúmeros veículos de comunicação e divulgação utilizados para disseminação das mensagens.

13.5. Nesse trabalho, a Prefeitura de São João da Boa Vista prioriza o atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos para cada campanha, buscando atingir o maior número de público possível com as mensagens mais adequadas, com vistas a concorrer pela atenção e pelo entendimento do cidadão, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos.

13.6. E a expertise técnica da agência de propaganda contratada em processo licitatório apoia as equipes internas da Prefeitura por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e assertivas para composição da equação: o que dizer, como dizer, o que ressaltar, quando dizer, onde dizer, quanto investir.

13.7. Além de caracterizar um direito do cidadão e um dever da administração em divulgar seus atos, medidas e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a vida em sociedade.

13.8. Dessa forma, com a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, a Prefeitura pretende agregar maior adequabilidade, qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação deste município, trazendo maior transparência aos atos de gestão, além de contribuir para maior efetividade do exercício da cidadania pela população.

14. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso X da lei 14.133/2021)

14.1. Como medida prévia à celebração do contrato, a Administração Pública procederá à designação formal da Equipe de Fiscalização e Gestão do contrato, composta por servidores capacitados para acompanhar a execução dos serviços, garantir o cumprimento das obrigações contratuais e zelar pela adequada aplicação dos recursos públicos.

14.2. A equipe será responsável pelo monitoramento da qualidade dos serviços prestados, pelo controle dos prazos e pela verificação da conformidade das entregas com as especificações contratuais, assegurando que a contratação atenda aos princípios da eficiência, economicidade e transparência na gestão pública.



Município de São João da Boa Vista

Departamento de Comunicação Social

15. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso XI da lei 14.133/2021)

15.1. Não há contratações correlatas ou interdependentes vinculadas à prestação dos serviços de publicidade objeto deste estudo técnico preliminar. A execução do contrato ocorrerá de forma autônoma, sem dependência direta de outras contratações pela Administração Pública, para seu pleno cumprimento.

15.2. Por outro lado, também contratações correlatas ou interdependentes não se aplicam na medida em que, de acordo com as dinâmicas contratuais, a agência de propaganda ficará responsável pela intermediação e supervisão da contratação de fornecedores especializados e de veículos de comunicação e divulgação necessários para o desenvolvimento das ações de publicidade, por ordem e conta da Prefeitura de São João da Boa Vista.

16. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso XII da lei 14.133/2021)

16.1. A execução dos serviços de publicidade objeto deste estudo técnico preliminar não gera impactos ambientais relevantes, uma vez que não envolve atividades que resultem em degradação ambiental, consumo significativo de recursos naturais ou geração de resíduos que exijam medidas mitigadoras.

16.2. Dessa forma, não se faz necessária a adoção de requisitos específicos relacionados ao consumo de energia, logística reversa ou reciclagem de bens e refugos, considerando a natureza intangível dos serviços a serem contratados.

17. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO (Art. 18, parágrafo 1º. Inciso XIII da lei 14.133/2021)

17.1. A contratação de uma agência especializada é essencial para potencializar os esforços de comunicação da Prefeitura, garantindo que as ações da administração cheguem ao conhecimento da população de forma clara, acessível e inovadora. Trata-se de um investimento na transparência, na participação social e no fortalecimento da imagem institucional desta entidade.

17.2. Considerando o conteúdo acima disposto, declaramos que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado no plano de comunicação, sob responsabilidade da Prefeitura de São João da Boa Vista, para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais desta Prefeitura, que possui em sua estrutura interna uma área técnica para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da agência de propaganda, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.



Município de São João da Boa Vista
Departamento de Comunicação Social

17.3. Ressalta-se, ainda, que a Prefeitura de São João da Boa Vista observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, minimizando eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle e auditoria.

São João da Boa Vista, 26 de janeiro de 2026.

Antonio Luiz Magalhães
DIRETOR

Michel de Carvalho Bertoncelli
CHEFE DE SETOR DE EXPEDIENTES
E GERENCIAMENTO DE PESSOAL

Débora Ferraz Carvalho
CHEFE DO SETOR DE LICITAÇÕES