



## PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DO JORDÃO

### Subsecretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural

#### ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº:** 3509700.406.00011087/2026-79

**OBJETO:** Com fundamento no Art. 18 §1º da Lei nº 14.133/2021, este estudo visa analisar e fundamentar a melhor solução para a necessidade da Administração para a realização da "**60ª Festa do Pinhão**" que ocorrerá nos dias **06 a 10 de maio de 2026**.

**SETOR REQUISITANTE:** Secretaria Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Rural

#### **I – DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO, SOB A PERSPECTIVA DO INTERESSE PÚBLICO**

A "60ª Festa do Pinhão" é o mais tradicional evento gastronômico e cultural do Município, representando uma celebração da identidade da Serra da Mantiqueira, com o pinhão como elemento central, fomento ao turismo, geração de renda para a economia local e integração da comunidade. Para manter e elevar o padrão de qualidade do evento, com atrações musicais relevantes, infraestrutura adequada e segurança para um público estimado em **25.000 pessoas**, se faz necessário um investimento financeiro significativo.

Sob a perspectiva do interesse público, o evento deve ser gratuito, seguro, culturalmente relevante e um vetor de fomento ao turismo e à economia local, e a dependência exclusiva do orçamento municipal limita o potencial do evento. A necessidade, portanto, é encontrar uma fonte de receita complementar que viabilize um evento de excelência, sem onerar excessivamente o Município e mantendo o acesso livre à população.

#### **II – DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL (PCA)**

Este processo específico de Chamamento Público para Patrocínio não consta detalhado no Plano de Contratações Anual (PCA) 2026. A justificativa para a sua realização, em conformidade, baseia-se em dois pontos:

**Natureza da Operação:** O PCA é o instrumento de planejamento das despesas e contratações que geram custos para a Administração. O presente processo, em contrapartida, tem natureza de **geração de receita**, não se enquadrando na tipologia padrão de uma "contratação" a ser custeada pelo erário.

**Necessidade Superveniente de Otimização:** A decisão de buscar ativamente o patrocínio como fonte de receita complementar surgiu na fase de planejamento detalhado do evento, como uma medida de boa gestão fiscal para otimizar o orçamento e ampliar a qualidade da festa sem pressionar os recursos do Município, alinhando-se ao princípio da eficiência.

Apesar da ausência no PCA, o processo está em total alinhamento com o objetivo estratégico da Administração de realizar a 60ª Festa do Pinhão.

#### **III – REQUISITOS DA PARCERIA**

A solução a ser adotada para suprir essa necessidade financeira deve atender aos seguintes requisitos:

**Legalidade:** Deve respeitar integralmente os princípios constitucionais da Administração Pública, em especial a Isonomia, a Impessoalidade, a Publicidade e a Moralidade, garantindo que a oportunidade de parceria seja oferecida de forma transparente e igualitária a todos os potenciais interessados.

**Geração de Receita:** A solução deve, obrigatoriamente, gerar receita para o Município, não despesa.

**Compatibilidade de Marca:** As empresas patrocinadoras não devem ter atividades ou imagem que conflitem com o interesse público, a natureza cultural, familiar e gastronômica do evento, especialmente com o conceito de valorização do pinhão e da cultura da Mantiqueira.

**Transparência:** Todas as condições, contrapartidas e valores devem ser públicos e claramente definidos.

**Eficiência:** Deve ser um mecanismo que otimize o uso dos recursos públicos, alavancando o orçamento do evento com capital privado.

#### IV – ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

| Cota de Patrocínio            | Denominação          | Quantidade                     |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Cota Ouro                     | Patrocinador Master  | 01 unidade                     |
| Cota Prata                    | Patrocinador Oficial | 02 unidades                    |
| Cota Bronze                   | Apoiador             | 04 unidades                    |
| <b>Total de Oportunidades</b> |                      | <b>07 unidades<br/>(cotas)</b> |

Tratando-se de um processo de geração de receita, as "quantidades" referem-se às oportunidades de patrocínio (cotas) oferecidas ao mercado. A estimativa foi definida com base na análise de eventos similares e no potencial de exposição da marca, buscando um equilíbrio entre exclusividade e pluralidade de parceiros.

#### V – LEVANTAMENTO DE MERCADO E JUSTIFICATIVA TÉCNICA DIANTE DA ANÁLISE DE SOLUÇÕES

Foram analisadas as seguintes alternativas para o financiamento do evento:

##### **Solução 1: Custeio Integral com Recursos Orçamentários Próprios.**

**Descrição:** A Prefeitura arcaria com 100% dos custos do evento utilizando exclusivamente verbas do tesouro municipal.

##### **Análise:**

**Vantagens:** Controle total sobre todas as decisões.

**Desvantagens:** Elevado impacto sobre o orçamento municipal, limitando a capacidade de investimento em outras áreas. Restringe o potencial de crescimento do evento ao teto orçamentário, que pode não ser suficiente para contratar atrações de maior porte ou melhorar a infraestrutura. Solução ineficiente e de alto custo para o contribuinte.

##### **Solução 2: Cobrança de Ingressos do Público.**

**Descrição:** Transformar a festa em um evento com bilheteria, gerando receita diretamente dos frequentadores.

##### **Análise:**

**Vantagens:** Potencial de alta arrecadação.

**Desvantagens:** Descaracteriza completamente a natureza do evento, que é uma celebração cívica, cultural

e popular. Cria uma barreira de acesso para a população de menor renda, ferindo o caráter democrático e inclusivo da festa. Solução incompatível com o interesse público e a tradição do evento.

### **Solução 3: Realização de Chamamento Público para Captação de Patrocínio.**

**Descrição:** Abrir um processo público e transparente para que empresas privadas possam associar suas marcas ao evento em troca de um aporte financeiro, organizado em cotas de patrocínio com contrapartidas de visibilidade.

**Análise:**

**Vantagens:**

**Gera Receita Nova:** Injeta recursos privados no orçamento do evento, sem custos para a Administração.

**Mantém a Gratuidade:** O evento permanece gratuito e acessível a toda a população.

**Alavancagem de Recursos:** Cada real investido pelo Município é potencializado pelo investimento privado.

**Transparência e Isonomia:** O processo de Chamamento Público garante que todos os interessados possam competir em igualdade de condições.

**Fortalece a Economia Local:** Cria uma oportunidade de marketing para empresas, que se beneficiam da exposição em um evento de grande porte.

**Desvantagens:** Exige um esforço administrativo para a elaboração do edital, seleção das propostas e gestão das parcerias (desvantagem mínima frente aos benefícios).

A solução escolhida é o **Chamamento Público para Patrocínio**, pois é, sem dúvida, a mais vantajosa. Ela é a única que atende a todos os requisitos estabelecidos: gera receita, não tem custo para o erário, é legal e transparente, e, fundamentalmente, preserva o caráter público e gratuito do evento para a população, ao mesmo tempo em que viabiliza sua qualificação e crescimento.

**Justificativa Técnica:** É a solução que permite a manutenção do caráter público e gratuito do evento, ao mesmo tempo em que viabiliza sua qualificação através de um modelo de parceria público-privada.

**Justificativa Econômica:** É a única solução que gera receita nova sem custos diretos, otimizando o orçamento público e maximizando o retorno do investimento para a sociedade.

## **VI – ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO**

Por ser uma contratação para geração de receita, a estimativa de valor corresponde à arrecadação mínima esperada. O valor foi estimado com base em pesquisas de mercado e no valor percebido da exposição da marca no evento, considerando a tradição e o público estimado de 25.000 pessoas.

| Cota de Patrocínio | Denominação          | Valor Mínimo por Cota | Quantidade | Valor Total Mínimo Esperado |
|--------------------|----------------------|-----------------------|------------|-----------------------------|
| Ouro               | Patrocinador Master  | R\$ 100.000,00        | 01         | R\$ 50.000,00               |
| Prata              | Patrocinador Oficial | R\$ 50.000,00         | 02         | R\$ 25.000,00               |
| Bronze             | Apoiador             | R\$ 25.000,00         | 04         | R\$ 12.500,00               |
| <b>TOTAL</b>       |                      |                       | <b>06</b>  | <b>R\$ 150.000,00</b>       |

## **VII – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

A solução consiste na realização de um Chamamento Público para selecionar empresas interessadas em patrocinar o evento. O processo se dará pela publicação de um Edital que definirá as cotas de patrocínio e

suas respectivas contrapartidas de visibilidade. As empresas apresentarão propostas de valor para a cota desejada, e serão selecionadas aquelas que oferecerem o maior lance por cota. A parceria será formalizada por meio de um Termo de Patrocínio. Por se tratar de uma parceria financeira, não se aplicam exigências de manutenção ou assistência técnica.

## VIII – JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

A solução adota o **parcelamento do objeto**, conforme preconiza a Lei nº 14.133/2021, ao dividir a oportunidade de patrocínio em diferentes lotes, que são as cotas (Ouro, Prata e Bronze).

É importante distinguir que este parcelamento se refere ao objeto licitado, e não à forma de pagamento, que será em cota única por patrocinador.

A justificativa para este parcelamento do objeto é **ampliar a competitividade e maximizar a arrecadação**. Ao criar diferentes níveis de investimento e contrapartida, permite-se a participação de empresas de diferentes portes e capacidades financeiras, desde pequenos negócios locais (que podem almejar a cota Bronze) até grandes corporações (que podem disputar a cota Ouro), aumentando o universo de potenciais interessados.

## IX – DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS

| Indicador                                | Resultado Pretendido  |
|--|---|
| <b>Economicidade</b>                     | O resultado pretendido é a geração de receita nova de, no mínimo, R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), sem qualquer contrapartida financeira do Município, representando recursos que não onerarão o orçamento público.  |
| <b>Melhor Aproveitamento de Recursos</b> | O aporte financeiro privado permitirá um melhor aproveitamento dos recursos públicos já alocados para o evento, que poderão ser direcionados para outras áreas ou potencializados para a contratação de atrações e serviços de maior qualidade, gerando um resultado final superior ao que seria possível apenas com verba pública. |

## X – PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

A equipe de planejamento deverá elaborar o Termo de Referência e a minuta do Edital de Chamamento Público, detalhando as cotas de patrocínio, as contrapartidas, os critérios de seleção (maior oferta por cota), a documentação de habilitação e as demais cláusulas necessárias, em conformidade com a Lei Federal nº 14.133/2021.

## XI – CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

A receita gerada por este processo de patrocínio é interdependente das seguintes contratações, que compõem o evento como um todo:

Contratação de artistas e atrações culturais.

Contratação de empresa para fornecimento de estrutura de palco, som e iluminação.

Contratação de empresa de segurança e brigadistas.

Processo de Credenciamento para exploração de barracas de alimentos e bebidas (Praça de Alimentação).

## XII – POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A contratação pretendida, por ter natureza puramente financeira e de comunicação (formalização de parcerias), não gera impactos ambientais diretos. Eventuais impactos indiretos serão mitigados pelas obrigações ambientais previstas no contrato de patrocínio e no plano de gestão do evento.

## XIII – POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

Diante de todo o exposto, conclui-se que a realização de um **Chamamento Público para captação de patrocínio** é a solução mais adequada, legal, eficiente e vantajosa para atender à necessidade de financiamento da **60ª Festa do Pinhão de Campos do Jordão 2026**. A solução atende ao interesse público, gera receita, otimiza o uso de recursos e se alinha aos princípios da Administração Pública. Recomenda-se, portanto, o prosseguimento do feito com a elaboração dos demais artefatos necessários.



Documento assinado eletronicamente por **João de Jesus Junior, Secretário Adjunto Da Sub. De Agricultura E Des. Rural**, em 16/04/2026, às 14:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto Estadual nº 67.641, de 10 de abril de 2023](#) e [Decreto Municipal de regulamentação do processo eletrônico](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://cidades.sei.sp.gov.br/sjcampos/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://cidades.sei.sp.gov.br/sjcampos/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1070602** e o código CRC **7AC2270B**.