

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INTRODUÇÃO

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade especificada. O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

A contratação de serviços especializados de publicidade tem por objetivo aprimorar a comunicação institucional da Prefeitura de Gravata, promover a transparência das ações públicas e ampliar o alcance das informações de interesse da população. Atualmente, a Prefeitura conta com esse serviço prestado por uma empresa especializada, mas o contrato terá seu vencimento no segundo semestre de 2025. Devido a morosidade do processo de contratação, por tratar-se da modalidade: Concorrência, do tipo Técnica e Preço, apresentamos a necessidade de contratação de empresa para que a comunicação e a publicidade institucional mantenham sua eficácia.

2. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Para definição e especificação dos requisitos da demanda foram feitos os seguintes levantamentos:

Planejamento, execução e distribuição de campanhas institucionais e de utilidade pública: com a criação de estratégias para alcançar o público-alvo da campanha, definir os canais de comunicação adequados e gerenciar a distribuição das peças publicitárias. Exemplo: Campanha de Vacinação, informando locais e postagens em redes sociais, veiculação em carro de som, rádio, entre outros; Combate à Dengue; Educação no Trânsito, IPTU, entre outros.

Criação de peças publicitárias para diferentes mídias:

TV: Comerciais institucionais de 30 a 60 segundos sobre programas sociais do governo ou campanhas institucionais.

Rádio: Spots informativos de 15 a 30 segundos sobre campanhas de conscientização/informes de utilidade pública.

Internet: Banners animados em sites e portais de notícias, posts patrocinados ou não, no Instagram e Facebook e demais redes sociais.

Impresso: Folhetos, folders, cartazes, banners, faixas e cartilhas explicativas distribuídos ou fixados em órgãos públicos.

Outdoor: Painéis eletrônicos ou em papel/lona em pontos estratégicos da cidade com mensagens diretas e impactantes.

Assessoria na definição de estratégias de comunicação e divulgação de informações de interesse público:

Com análise do público-alvo, escolha dos canais de comunicação e definição das melhores abordagens para transmitir a mensagem. Com a definição da melhor linguagem e tom de voz para campanhas voltadas para jovens (ex: cards e vídeos curtos para redes sociais). Estratégia de comunicação para informar sobre mudanças em serviços públicos, utilizando meios de comunicação e mídias digitais.

Compra de mídia e monitoramento de resultados:

Negociação de espaços publicitários em diferentes veículos de comunicação e a análise da eficácia das campanhas. Exemplo: compra de espaço em rádios e TVs locais, ou da região, para veiculação de anúncios de interesse público em horários de maior audiência.

Monitoramento do impacto de uma campanha digital por meio de métricas como engajamento, cliques e alcance nas redes sociais.

Produção de materiais gráficos e audiovisuais:

Desenvolvimento de conteúdos visuais e sonoros para diferentes plataformas, com a garantia de qualidade e coerência com a identidade institucional. A exemplo de produção de vídeos institucionais explicando políticas públicas com animações e entrevistas; Criação de infográficos para redes sociais detalhando benefícios de programas governamentais; Desenvolvimento de jingles para campanhas educativas veiculadas no rádio.

3. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

A contratação será realizada conforme as disposições da Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas para a licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda. A escolha da agência será feita por meio de licitação na modalidade Concorrência, do tipo Melhor Técnica ou Técnica e Preço.

4. ESTIMATIVA DE QUANTIDADE

A estimativa da contratação será baseada nas necessidades da Secretaria de Comunicação Social e Imprensa, considerando a projeção de campanhas e ações institucionais ao longo do período contratual.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

O mercado oferece soluções integradas de comunicação e publicidade, permitindo a execução de campanhas institucionais e a promoção de serviços municipais em diversos canais de mídia. A pesquisa de mercado identificou que a maioria dos contratos de publicidade para órgãos públicos segue os critérios estabelecidos pela Lei nº 12.232/2010, garantindo transparência e eficácia na escolha da agência contratada.

6. ESCOLHA E JUSTIFICATIVA DA SOLUÇÃO

A escolha pela contratação de uma agência de publicidade justifica-se pela necessidade de ampliar o alcance e a efetividade das campanhas institucionais, promovendo maior transparência na prestação de contas das ações do governo municipal. Além disso, a solução permitirá uma comunicação mais estruturada, fortalecendo a imagem institucional da Prefeitura de Gravata.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Contratação de serviços de publicidade, compreendendo:

- Planejamento estratégico de comunicação;
- Criação e produção de materiais publicitários;
- Compra de mídia e distribuição de campanhas;
- Monitoramento e avaliação dos resultados.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A estimativa de custos será baseada em referências de contratos similares e levantamento de preços praticados no mercado, considerando a previsão orçamentária da Secretaria de Comunicação Social e Imprensa, no valor de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), para o contrato de 12 (doze) meses, com utilização dos serviços sob demanda.

9. PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

A licitação será realizada em lote único, considerando que a divisão do objeto poderia comprometer a integridade e a qualidade dos serviços prestados. A contratação por lote único visa assegurar maior eficiência na execução das campanhas publicitárias.

10. MODALIDADE DE CONTRATAÇÃO E PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO

A Prefeitura de Gravata-PE tem demandas dos serviços em suas Secretarias para atendimento aos munícipes, a publicidade institucional tem caráter educativo, informativo e é essencial para uma comunicação eficaz com a população interna e externa. Por essa razão, a contratação dá-se por contrato de serviço contínuo, de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda para atender demandas de campanhas de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, na modalidade concorrência do tipo TÉCNICA E PREÇO, conforme a Lei 12.232/2010.

Para fins orçamentários dispõe-se a seguinte dotação:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA: 020400 – GABINETE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E IMPRENSA

04.122.0416.2216 - DESENVOLVIMENTO DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

Natureza da Despesa: 3.3.90.39 - SERVIÇOS DE TERCEIROS - PESSOA JURÍDICA

Fonte de Recursos: 0100 - RECURSOS PRÓPRIOS

11. DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação, espera-se:

- Maior alcance e efetividade das campanhas institucionais;
- Melhoria na comunicação entre a Prefeitura e a população;
- Maior transparência na prestação de contas das ações do governo municipal;
- Melhor gestão dos investimentos em publicidade e comunicação.

12. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Em atenção ao art. 117, da Lei Federal nº 14.133/21 e alterações, a contratação terá como gestor: José Marcone Barros da Silva, CPF 04 [REDACTED]-88, Secretário Executivo de Comunicação Social e Imprensa, nomeado pela portaria nº 043/2023 e o fiscal do contrato será: José Leonardo dos Santos, CPF 71 [REDACTED]-28, Diretor de Comunicação Social e Imprensa, nomeado pela portaria nº 186/2023.

O fiscal anotará todas as ocorrências relacionadas com a execução do Contrato em registro próprio, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados, conforme Termo de Referência;

As decisões e providências que ultrapassarem a competência do servidor ou da Comissão deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para adoção das medidas convenientes; Não obstante a CONTRATADA seja a única e exclusiva responsável por todos os produtos fornecidos, a Administração reserva-se o direito de, sem que de qualquer forma restrinja a plenitude desta responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre os produtos e o serviço de garantia, diretamente ou por prepostos designados;

A fiscalização será exercida no interesse exclusivo da CONTRATANTE e não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por qualquer inconsistência.

13. IMPACTOS AMBIENTAIS

Os serviços contratados deverão observar critérios de sustentabilidade, garantindo práticas que minimizem impactos ambientais na produção de materiais publicitários e na veiculação das campanhas institucionais.

14. DECLARAÇÃO ACERCA DA VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Declaramos que a contratação de uma agência de publicidade é viável, pois permitirá a implementação de estratégias de comunicação mais eficazes, ampliando o alcance das informações de interesse público e fortalecendo o relacionamento entre a Prefeitura e a população.

Gravatá-PE, 17 de fevereiro de 2025.

Sérgio Rodolfo de Lima
Gabinete de Comunicação Social e Imprensa



SÉRGIO RODOLFO DE LIMA
Secretário de Comunicação Social e Imprensa