



PREFEITURA DE PRINCESA ISABEL

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR - ETP

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Princesa Isabel enfrenta atualmente uma significativa lacuna em sua estratégia de comunicação institucional, impactando diretamente a efetividade de suas ações e o relacionamento com a população. Esta deficiência se manifesta na dificuldade de disseminar adequadamente informações sobre serviços públicos, programas sociais e iniciativas municipais que beneficiam diretamente os cidadãos.

A ausência de uma comunicação profissional e integrada tem resultado em baixo engajamento da população com as políticas públicas municipais, além de criar barreiras no acesso a serviços essenciais por desconhecimento da população. Observa-se também que a falta de uma estratégia adequada de comunicação tem diminuído a transparência das ações governamentais e limitado o potencial de participação popular nas decisões do município. Esta situação também impacta negativamente a promoção do turismo local e o desenvolvimento econômico, uma vez que o município possui atrativos históricos, culturais e naturais que poderiam ser melhor divulgados, atraindo visitantes e investimentos para a região. A carência de uma comunicação estratégica prejudica a visibilidade destes potenciais.

O cenário atual demonstra a necessidade de profissionalização da comunicação institucional, com a implementação de técnicas modernas de publicidade e propaganda que permitam alcançar diferentes públicos através de múltiplos canais e formatos. Esta necessidade se torna ainda mais evidente com a crescente digitalização da sociedade e a diversificação dos meios de comunicação.

Uma comunicação institucional efetiva é fundamental para fortalecer o vínculo entre a administração municipal e os cidadãos, promovendo maior participação social e engajamento com as políticas públicas. Além disso, é essencial para divulgar adequadamente as ações, programas e serviços oferecidos pela prefeitura, garantindo que a população tenha conhecimento e acesso aos benefícios disponíveis.

A falta de profissionalização na área também tem resultado em campanhas de utilidade pública com baixa efetividade, prejudicando a conscientização da população em temas importantes como saúde, educação, meio ambiente e segurança. Isto impacta diretamente a qualidade de vida dos cidadãos e a eficiência dos serviços públicos.

A contratação de uma agência de publicidade permitirá o desenvolvimento de campanhas mais efetivas, com mensagens claras e direcionadas, utilizando as melhores práticas do mercado publicitário e as tecnologias mais adequadas para cada objetivo de comunicação. Isto resultará em maior alcance e impacto das ações institucionais. A profissionalização da comunicação também contribuirá para a construção e fortalecimento da identidade visual do município, criando uma imagem institucional mais forte e coerente, que reflita os valores e objetivos da administração municipal. Esta identidade fortalecida facilitará o reconhecimento e a credibilidade das ações governamentais junto à população.

2. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

A presente contratação está alinhada à política pública de transparência e eficiência na comunicação governamental, estando devidamente prevista no Plano de Contratações Anual do Município de Princesa Isabel para o exercício vigente, em conformidade com as diretrizes de governança e planejamento institucional.



PREFEITURA DE
PRINCESA ISABEL

3. REQUISITOS NECESSÁRIOS À CONTRATAÇÃO

A contratação deverá atender aos seguintes requisitos essenciais para garantir a qualidade e efetividade dos serviços:

A empresa contratada deverá possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida, conforme determina a Lei 12.232/2010.

A contratada deverá respeitar integralmente a Lei nº 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais) em todas as produções realizadas, garantindo a cessão definitiva dos direitos patrimoniais de uso à contratante.

O contrato terá duração de 12 meses, podendo ser prorrogado nos termos da Lei 14.133/2021, considerando a natureza continuada dos serviços de publicidade institucional.

Como requisitos de sustentabilidade, a contratada deverá priorizar a utilização de materiais recicláveis e biodegradáveis em suas produções físicas, bem como adotar práticas de redução do consumo de energia e recursos naturais em suas atividades.

4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

No processo de análise das soluções disponíveis no mercado para atender à necessidade de comunicação institucional do município, foram identificadas as seguintes alternativas:

1. Estruturação de uma equipe própria de comunicação e publicidade dentro do quadro de servidores municipais.
2. Contratação de profissionais autônomos para serviços específicos de comunicação.
3. Contratação de empresa especializada em marketing digital.
4. Contratação de empresa para prestar serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei 12.232/2010, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente.
5. Realização de parcerias com veículos de comunicação locais.

Após análise detalhada, a alternativa mais adequada é a contratação de empresa para prestar serviços de propaganda e publicidade institucional, conforme a Lei 12.232/2010, pelos seguintes motivos:

- Proporciona uma solução completa e integrada de comunicação
- Garante profissionais especializados em todas as etapas do processo
- Oferece maior eficiência na utilização dos recursos públicos
- Assegura qualidade técnica superior nas produções
- Permite maior alcance e efetividade das campanhas

As demais alternativas apresentaram limitações significativas:

- A equipe própria demandaria alto custo com pessoal e infraestrutura
- Profissionais autônomos não garantiriam integração entre as ações
- Empresas de marketing digital não atenderiam todas as necessidades de mídia tradicional
- Parcerias isoladas não proporcionariam estratégia unificada

A modalidade de licitação deverá ser Concorrência do tipo técnica e preço, conforme determina a Lei 12.232/2010, que é específica para contratação de serviços de publicidade, permitindo avaliar tanto a capacidade técnica quanto a proposta financeira das agências participantes.



PREFEITURA DE PRINCESA ISABEL

5. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução selecionada - contratação de agência de publicidade - apresenta-se como a mais vantajosa por oferecer um conjunto completo de serviços especializados em comunicação institucional. Esta opção permite o desenvolvimento integrado de campanhas publicitárias, desde o planejamento estratégico até a execução e mensuração de resultados.

Do ponto de vista técnico, a solução contempla profissionais especializados em diferentes áreas da comunicação, garantindo qualidade em todas as etapas do processo publicitário. A agência contratada poderá desenvolver campanhas multiplataforma, adequando as mensagens aos diferentes meios e públicos.

Economicamente, a contratação de uma agência mostra-se vantajosa por eliminar a necessidade de múltiplas contratações isoladas e investimentos em infraestrutura própria. O modelo de remuneração baseado em percentual sobre os serviços realizados permite maior controle e otimização dos recursos.

A solução permite flexibilidade para atender diferentes demandas de comunicação, desde campanhas de utilidade pública até a promoção de eventos e serviços municipais. Além disso, a expertise da agência contribuirá para a melhor aplicação da verba publicitária, maximizando o alcance e a efetividade das ações.

A contratação também viabiliza o acesso a recursos técnicos e tecnológicos atualizados, sem necessidade de investimento direto pela administração municipal. Isto inclui softwares especializados, equipamentos de produção e ferramentas de análise de resultados.

6. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

A estimativa de quantidades para esta contratação baseia-se no histórico de ações de comunicação realizadas pelo município nos últimos 24 meses, considerando campanhas sazonais, eventos tradicionais e demandas regulares de divulgação institucional.

Foram considerados também os novos projetos e programas previstos para o próximo período, que demandarão ações específicas de comunicação. Este levantamento incluiu as secretarias municipais e demais órgãos que necessitam de serviços de publicidade.

A análise histórica permitiu identificar picos de demanda em determinados períodos do ano, como durante festividades municipais, campanhas de saúde e período de matrículas escolares, possibilitando um planejamento mais preciso dos recursos necessários.

O dimensionamento também considerou a necessidade de ampliação da presença digital do município e o fortalecimento da comunicação institucional em diferentes canais, visando maior alcance e efetividade das ações.

7. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

O montante definido para a contratação corresponde a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), levando em consideração os pagamentos efetuados em períodos anteriores, com acréscimo de uma margem de segurança destinada a eventuais novos projetos que poderão emergir durante o período contratual.

A pesquisa de preços será realizada após a aprovação deste estudo técnico preliminar, concomitantemente com a elaboração do Termo de Referência, em conformidade com o Art. 23, §1º da Lei 14.133/21 e Decreto Municipal nº 730/2024, assegurando a adequada precificação dos serviços e a economicidade da contratação.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO DA SOLUÇÃO



PREFEITURA DE
PRINCESA ISABEL

A presente contratação será estruturada em um único lote contendo 04 itens, considerando a natureza integrada dos serviços de publicidade e a necessidade de manter a uniformidade e coerência nas ações de comunicação institucional.

A decisão pelo não parcelamento justifica-se pela interdependência técnica entre os diferentes serviços publicitários, onde o planejamento, criação, produção e veiculação precisam ser gerenciados de forma integrada para garantir a efetividade das campanhas e a otimização dos recursos.

A fragmentação dos serviços em diferentes contratos poderia comprometer a unidade conceitual e estratégica das campanhas, além de dificultar a gestão e o controle da qualidade. A coordenação entre diferentes fornecedores também poderia gerar custos adicionais e atrasos na execução.

A concentração dos serviços em um único lote permitirá economia de escala, tanto nos custos de produção quanto na negociação de mídia, resultando em maior vantajosidade para a administração municipal.

O formato proposto está em conformidade com as práticas de mercado e com a Lei 12.232/2010, que estabelece as normas específicas para contratação de serviços de publicidade, prevendo a execução integrada das diferentes etapas do processo publicitário.

9. RESULTADOS PRETENDIDOS

Com a contratação dos serviços de publicidade institucional, espera-se alcançar uma significativa melhoria na comunicação entre a Prefeitura Municipal de Princesa Isabel e seus diversos públicos de interesse, resultando em maior transparência e efetividade das ações governamentais.

A profissionalização da comunicação institucional deverá proporcionar maior alcance e compreensão das informações sobre serviços públicos, programas sociais e iniciativas municipais, facilitando o acesso da população aos benefícios oferecidos pela administração.

Espera-se um aumento mensurável no engajamento da população com as políticas públicas municipais, refletido em maior participação em programas e eventos, melhor utilização dos serviços públicos e maior interação através dos canais de comunicação oficiais.

A contratação deverá resultar em economia de recursos através da otimização dos investimentos em mídia e da produção de materiais mais efetivos, com mensagens melhor direcionadas e maior aproveitamento dos diferentes canais de comunicação.

Prevê-se o fortalecimento da imagem institucional do município, com a construção de uma identidade visual mais consistente e profissional, que contribuirá para aumentar a credibilidade das ações governamentais junto à população.

Antecipa-se uma melhoria na divulgação dos potenciais turísticos e econômicos do município, contribuindo para o desenvolvimento local através da atração de visitantes e investimentos.

As campanhas de utilidade pública deverão alcançar maior efetividade, resultando em mudanças positivas de comportamento em áreas como saúde, educação, meio ambiente e segurança.

Espera-se ainda uma melhoria na comunicação interna, com a produção de materiais que auxiliem na disseminação de informações entre os servidores municipais e diferentes setores da administração.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS OU INTERDEPENDENTES

Não serão necessárias contratações correlatas ou interdependentes para o atendimento da presente contratação, considerando que os serviços de publicidade institucional formam um conjunto integrado e autossuficiente para alcançar os objetivos pretendidos pela administração municipal.



PREFEITURA DE
PRINCESA ISABEL

No entanto, conforme estabelece a Lei 12.232/2010, será imprescindível a publicação prévia de um edital de chamamento público para selecionar a subcomissão técnica que irá analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na concorrência. Esta subcomissão deverá ser composta por profissionais formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual com o Município de Princesa Isabel.

A formação desta subcomissão técnica, embora não configure uma contratação correlata, é um procedimento essencial e legalmente exigido que deve ser realizado antes da publicação do edital da concorrência. O processo de escolha dos membros deve ser conduzido com total transparência, permitindo a impugnação dos nomes pelos interessados, conforme determina a legislação.

11. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Previamente à celebração do contrato, deverá ser designada equipe para fiscalização e gestão do contrato, com capacitação específica sobre a Lei 12.232/2010 e as particularidades dos serviços de publicidade.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

A contratação não gerará impactos ambientais significativos. No entanto, serão adotadas medidas para minimizar possíveis impactos, como a priorização de materiais recicláveis e biodegradáveis nas produções físicas, bem como o incentivo à utilização de mídias digitais quando apropriado.

13. MATRIZ DE RISCOS

Riscos da Fase de Planejamento:

1. Risco: Subdimensionamento do valor da contratação

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Realizar pesquisa de preços abrangente e análise do histórico

2. Risco: Especificação inadequada dos serviços

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Consulta às áreas técnicas e benchmark com outros órgãos

3. Risco: Estimativa incorreta de quantitativos

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Análise detalhada do histórico e previsão de demandas futuras

4. Risco: Definição inadequada dos critérios de julgamento

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Alinhamento com a Lei 12.232/2010 e jurisprudência

Riscos da Fase Externa (Sessão Pública):

1. Risco: Impugnações ao edital



PREFEITURA DE
PRINCESA ISABEL

Probabilidade: Alta

Impacto: Médio

Mitigação: Elaboração criteriosa do edital e jurisprudência atualizada

2. Risco: Recursos contra o julgamento técnico

Probabilidade: Alta

Impacto: Alto

Mitigação: Critérios objetivos de avaliação e fundamentação detalhada

3. Risco: Fracasso da licitação

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Pesquisa de mercado prévia e requisitos adequados

4. Risco: Questionamentos sobre a composição da subcomissão técnica

Probabilidade: Alta

Impacto: Alto

Mitigação: Transparência na seleção e cumprimento rigoroso da lei

Riscos da Fase de Execução Contratual:

1. Risco: Atrasos na entrega das campanhas

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Cronogramas claros e penalidades contratuais

2. Risco: Baixa qualidade das entregas

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Aprovação prévia e indicadores de qualidade

3. Risco: Descumprimento dos percentuais de mídia

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Monitoramento constante e relatórios periódicos

4. Risco: Problemas com direitos autorais

Probabilidade: Média

Impacto: Alto

Mitigação: Cláusulas contratuais específicas e documentação adequada

14. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Após análise detalhada dos aspectos técnicos, econômicos e operacionais apresentados neste estudo, a equipe de planejamento declara que a contratação é viável e necessária para atender às demandas de comunicação institucional do Município de Princesa Isabel.



PREFEITURA DE
PRINCESA ISABEL

A solução proposta mostra-se adequada às necessidades identificadas, apresentando a melhor relação custo-benefício entre as alternativas analisadas. A modalidade de contratação escolhida está em conformidade com a legislação específica e as melhores práticas do mercado publicitário.

Os requisitos estabelecidos são suficientes e necessários para garantir a qualidade dos serviços, sem criar restrições desnecessárias à competitividade. Os riscos identificados são gerenciáveis através das medidas de mitigação propostas.

A contratação está alinhada aos objetivos estratégicos do município e contribuirá significativamente para a melhoria da comunicação institucional, transparência e efetividade das ações governamentais.

Os resultados pretendidos justificam o investimento, considerando os benefícios diretos e indiretos para a administração municipal e para a população. A estrutura de gestão e fiscalização proposta é adequada para garantir a boa execução contratual.

Portanto, recomendamos o prosseguimento do processo de contratação, com a elaboração do termo de referência e demais documentos necessários à realização da licitação.

Princesa Isabel - PB, 12 de Fevereiro de 2025.


MARIA CLENILDA DA SILVA FLORENTINO DINIZ
Secretária de Administração e Finanças