



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)

1. Diagnóstico do problema e descrição da necessidade da contratação

A comunicação institucional desempenha um papel estratégico na relação entre a administração pública e a sociedade. No caso da Prefeitura de Presidente Prudente, a necessidade de informar a população sobre programas, serviços, campanhas e ações governamentais exige a adoção de estratégias eficazes de publicidade e propaganda.

Atualmente, a demanda por uma comunicação clara, acessível e de amplo alcance tem se intensificado, especialmente diante da diversidade de públicos atendidos e dos múltiplos canais de comunicação disponíveis. A falta de um contrato específico para a gestão publicitária pode resultar em dificuldades na padronização da identidade institucional, na otimização dos investimentos em mídia e na efetividade das campanhas informativas.





Cabe ressaltar que a missão da Secretaria de Comunicação é a de promover a divulgação dos atos, programas e serviços da administração municipal que afetam diretamente a sociedade, contribuindo desta forma com o exercício da cidadania. Por meio da comunicação pública, há o estreitamento das relações entre o cidadão e o poder público, além de ser uma ferramenta para prestação de contas da administração. Importante salientar que a publicidade institucional dos atos públicos é uma prerrogativa da administração.

Diante desse cenário, a contratação de um serviço especializado se torna essencial para garantir que as ações de comunicação da Prefeitura sejam planejadas e executadas de maneira estratégica, eficaz e em conformidade com a legislação vigente, como a Lei nº 14.133/2021, que rege os contratos de publicidade na administração pública.

2. Demonstração da Previsão no Plano Anual de Contratação:

A referida contratação está prevista no Plano Anual de Contratações 2025, segmento “Serviço”, Id do item nº 90,





identificador de futura contratação nº 51-2025, classe 1880204330 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

3. Requisitos de contratação

Para atender de forma eficaz às demandas de comunicação da Prefeitura de Presidente Prudente, a empresa a ser contratada deve atender aos seguintes requisitos:

3.1. Critérios Técnicos

- Experiência comprovada na execução de serviços de publicidade para órgãos públicos ou entidades de grande porte, demonstrada por meio de atestados de capacidade técnica.
- Equipe qualificada, composta por profissionais especializados em planejamento estratégico, criação publicitária, mídia e produção gráfica e audiovisual.
- Capacidade operacional para desenvolver campanhas em diferentes formatos e meios de comunicação, incluindo rádio, televisão, mídias digitais, impressos e mobiliário urbano.





- Conhecimento e aplicação das normas legais que regem a publicidade institucional, incluindo a Lei nº 12.232/2010 e demais legislações pertinentes.

3.2. Critérios de Gestão e Execução

- Desenvolvimento de planejamento estratégico para ações publicitárias, com definição de objetivos, metas e indicadores de desempenho.
- Apresentação de soluções criativas e inovadoras, alinhadas à identidade institucional da Prefeitura e às necessidades da população.
- Adoção de práticas de transparência e controle, garantindo a correta aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação.
- Flexibilidade e agilidade na execução das campanhas, permitindo ajustes conforme as necessidades da administração.





3.3. Estrutura e Atendimento

- Disponibilidade de atendimento local ou remoto eficiente, assegurando rápida resposta às demandas da Prefeitura.
- Infraestrutura compatível com a execução dos serviços contratados, incluindo equipamentos e tecnologias atualizadas.
- Capacidade de monitoramento e avaliação dos resultados das campanhas, apresentando relatórios periódicos de desempenho.

O atendimento a esses requisitos garantirá que o serviço terá competência técnica, capacidade operacional e compromisso com a eficiência na comunicação institucional do município.

4. Estimativa das quantidades

A estimativa das quantidades para a contratação dos serviços de publicidade e propaganda baseia-se na memória de cálculo oriunda dos contratos anteriores da Prefeitura de Presidente Prudente com serviços de propaganda e marketing.





Para essa estimativa, foram considerados os seguintes aspectos:

- Análise do consumo médio anual de serviços publicitários em exercícios anteriores, incluindo campanhas institucionais, materiais gráficos, produção audiovisual e mídias digitais.
- Previsão de ações e campanhas de grande impacto ao longo do período contratual, como ações de conscientização, programas sociais e prestação de contas à população.
- Variedade de formatos e canais de divulgação, abrangendo mídia televisiva, rádio, impressa, digital, mobiliário urbano, entre outros.

As quantidades estimadas serão detalhadas conforme os tipos de serviços a serem contratados, assegurando a compatibilidade entre a necessidade da Administração Pública e a capacidade da agência a ser contratada.

Tendo como referência o memorial dos contratos anteriores, chega-se ao quantitativo aproximado de 100 produções publicitárias por ano, considerando as diferentes mídias disponíveis para divulgação.

Lista de campanhas publicitárias previstas





Ação/Projeto
Campanhas de estímulo à economia, arrecadação de tributos e renegociação de dívidas (IPTU, Pague Já e Refis)
Conscientização e prevenção contra o HIV
Campanha do agasalho
Campanha Natal sem Fome
Campanha permanente de educação para o trânsito
Campanha de combate ao mosquito Aedes aegypti
Mutirão do lixo eletrônico
Lançamentos de obras
Competições esportivas
Realizações de fomento social, educacional e ambiental
Alertas de defesa civil
Campanhas de vacinação, chipagem e coletas de exame para leishmaniose visceral
Semana da Criança/Brinca Prudente
Campanhas de orientação e prevenção à Covid-19
Ações alusivas a datas comemorativas (Natal, aniversário da cidade, Semana da Pátria)
Eventos culturais e artísticos





Outras ações e programas da administração

5. Levantamento de mercado

Para atender às necessidades da Prefeitura de Presidente Prudente em relação à comunicação institucional e publicitária, foi realizado um levantamento de mercado com o objetivo de identificar as possíveis soluções disponíveis e avaliar a alternativa mais adequada para garantir a ampla divulgação das ações do governo municipal.

Atualmente, o mercado publicitário oferece diversas formas de contratação para a execução de campanhas e materiais de comunicação, entre as quais destacam-se:

- 5.1 Contratação direta de fornecedores especializados** (gráficas, produtoras de vídeo, veículos de mídia, empresas de marketing digital) – embora essa opção permita um controle pontual sobre determinados serviços, ela apresenta desafios na gestão integrada





das campanhas, na uniformidade da identidade visual e na eficiência na negociação de espaços publicitários.

5.2 Criação de estrutura interna de publicidade e comunicação – a prefeitura poderia optar por formar uma equipe interna de publicidade, composta por designers, redatores, produtores audiovisuais e especialistas em mídia. No entanto, essa alternativa demandaria investimentos elevados em pessoal, tecnologia e infraestrutura, além de não oferecer a mesma flexibilidade e expertise de uma agência especializada.

5.3 Contratação de uma agência de publicidade e propaganda – Essa alternativa se destaca como a mais vantajosa, pois permite que a Prefeitura tenha acesso a uma estrutura completa e especializada, capaz de planejar, criar e executar campanhas publicitárias de





maneira estratégica, integrada e eficiente. Além disso, as agências possuem experiência na negociação de mídia e no planejamento de campanhas para o setor público, garantindo maior retorno sobre o investimento.

Diante das opções analisadas, a contratação de uma agência de publicidade por meio de processo licitatório se mostra a solução mais adequada para atender às necessidades da Prefeitura de Presidente Prudente. Esse modelo permite acesso a um serviço especializado, otimiza recursos públicos e garante maior impacto e efetividade na comunicação institucional, alinhando-se às exigências legais e boas práticas de gestão pública.

6. Estimativa de valor da contratação

Com base na análise acima descrita, a estimativa de valor para a contratação do serviço é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), para o período de 12 meses, recurso a ser utilizado ao longo de toda a vigência do contrato para custear as ações publicitárias que atendam às necessidades da administração,





incluindo criação de material publicitário, produção e contratação das diferentes plataformas de mídia.

7. Descrição da solução como um todo

Constitui a solução desse objeto a contratação de uma agência de publicidade para **planejamento, criação, produção, veiculação, distribuição e monitoramento** de campanhas institucionais e de utilidade pública da Prefeitura de Presidente Prudente.

A publicidade institucional e de utilidade pública é essencial para informar a população sobre serviços, programas e campanhas promovidos pela administração municipal. É dever da administração municipal promover uma comunicação eficiente e estratégica para alcançar os diferentes públicos, valendo-se dos diferentes canais para alcançar o público pretendido, incluindo meios digitais, impressos, audiovisuais e demais veículos de mídia.

A contratação desse serviço é a alternativa mais adequada, uma vez que a Prefeitura não dispõe de estrutura interna para realizar todas as etapas do processo publicitário com a celeridade e





eficiência exigidas, além de garantir uniformidade da identidade visual da Prefeitura.

8. Justificativa Para o Parcelamento ou não da Contratação:

A contratação da agência de publicidade para prestação de serviços ao município **não** deverá ser parcelada. Um dos motivos que apontam para essa conclusão é a **unidade na comunicação**: ter uma única agência responsável pela publicidade institucional favorece a padronização e uniformização da comunicação, tanto visual quanto de linguagem, contribuindo para a eficácia das campanhas produzidas.

Outrossim, o **não parcelamento** promove maior eficiência estratégica: ao dispor de uma única agência, as ações de publicidade podem ser planejadas de forma estratégica, aproveitando dados e insights de campanhas anteriores.

9. Demonstrativo dos resultados pretendidos:

A contratação proposta trará uma série de benefícios à administração municipal e a toda coletividade, tais como:





- **Melhoria na divulgação das ações do município:** aumento do alcance das ações e programas da municipalidade; divulgação de informações claras e acessíveis a todos os públicos; maior engajamento da população com as iniciativas da administração;
- **Fortalecimento da imagem institucional:** consolidação da imagem institucional da Prefeitura; transparência e confiabilidade da comunicação institucional; aumento da credibilidade e reputação perante os cidadãos;
- **Impacto social positivo:** maior acesso da população aos programas e iniciativas da administração municipal; Ao promover uma comunicação pública eficiente, a Prefeitura se aproxima do cidadão e promove a transparência da gestão municipal.

10. Providências a serem Adotadas

Não se vislumbra a necessidade de providências a serem adotadas previamente à publicação do edital e posterior celebração do contrato.





11. Contratações correlatas ou interdependentes

Não há necessidade de novas contratações, uma vez que a contratação do presente objeto inclui todo serviço e material necessário à sua perfeita execução.

12. Possíveis impactos ambientais e ações mitigatórias

A contratação de uma agência de publicidade e propaganda para a Prefeitura de Presidente Prudente pode gerar impactos ambientais relacionados principalmente à produção e veiculação de materiais gráficos e audiovisuais. Dessa forma, é essencial adotar práticas sustentáveis para minimizar esses impactos, garantindo uma comunicação eficaz sem comprometer o meio ambiente.

5.1. Principais impactos ambientais identificados:

- **Consumo de papel e insumos gráficos:** Impressão de materiais como cartazes, panfletos e banners pode gerar desperdício de papel, tinta e outros recursos.





- **Geração de resíduos eletrônicos e digitais:** O descarte inadequado de equipamentos utilizados na produção de campanhas publicitárias pode impactar o meio ambiente.
- **Distribuição de materiais promocionais físicos:** Brindes e materiais promocionais podem gerar resíduos plásticos e outros materiais de difícil reciclagem.

5.2. Ações mitigatórias recomendadas:

- **Priorizar o uso de materiais sustentáveis:** Estimular a adoção de papéis recicláveis ou certificados e tintas ecológicas na produção gráfica.
- **Digitalização e redução de impressões:** Fomentar o uso de mídias digitais como alternativa à impressão de materiais físicos, promovendo campanhas online e redes sociais para diminuir o impacto ambiental.
- **Gestão de resíduos eletrônicos:** Estabelecer diretrizes para o descarte adequado de equipamentos e incentivar a reutilização ou reciclagem de materiais eletrônicos.

Dessa forma, a Prefeitura de Presidente Prudente reforça seu compromisso com a sustentabilidade ao exigir que a agência





contratada adote práticas ambientalmente responsáveis, minimizando os impactos ambientais decorrentes da execução dos serviços publicitários.

12. Posicionamento Conclusivo da Contratação

Com base no exposto neste estudo técnico preliminar, opina-se pela contratação de agência especializada em propaganda e marketing, sendo a forma mais eficaz e econômica para atender às demandas da Prefeitura no que tange à publicidade dos atos e programas da administração pública municipal.

RAPHAEL MARQUEZI PEREIRA

Secretário Municipal de Comunicação

