

ANEXO VII

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Órgão: PREFEITURA MUNICIPAL DE JAHU

Secretaria/Setor Requisitante: Secretaria de Comunicação

Objeto: O objeto da presente concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo 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 supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse

1. Descrição da necessidade de contratação a partir do problema a ser resolvido.

O **Município de Jahu** enfrenta atualmente a necessidade de modernizar e profissionalizar sua comunicação institucional, de forma a garantir que as informações de interesse público, as campanhas de conscientização e os projetos da administração alcancem de maneira clara e eficiente toda a população. A comunicação fragmentada e a ausência de uma agência de publicidade especializada têm prejudicado o impacto das campanhas e a disseminação de informações relevantes para os cidadãos.

O problema a ser resolvido com esta contratação está relacionado à **falta de um planejamento estratégico integrado** e à **capacidade técnica especializada** na execução de ações publicitárias de médio e grande porte, utilizando-se de diversos meios e canais de comunicação, como mídia digital, impressa, televisiva e radiofônica. A atual estrutura administrativa não conta com os recursos técnicos e humanos necessários para desenvolver e implementar campanhas publicitárias com o nível de criatividade, estratégia e abrangência exigido pela demanda da administração pública.

Assim, a contratação de uma **agência de publicidade por intermédio de licitação** tem como principal objetivo suprir essa deficiência, permitindo a execução de campanhas publicitárias mais eficazes e bem direcionadas, que possam:

- **Aumentar o alcance** das ações e informações governamentais;
- **Melhorar a comunicação** com o público-alvo;
- **Garantir a transparência** e o cumprimento do princípio da publicidade dos atos administrativos, conforme previsto no **artigo 37 da Constituição Federal**;

- **Otimizar o uso de recursos públicos**, garantindo que as campanhas publicitárias sejam planejadas e executadas de maneira eficiente e com base em critérios de custo-benefício.

A contratação também visa assegurar que as campanhas publicitárias do Município sejam desenvolvidas em conformidade com as melhores práticas do setor, utilizando-se da expertise da agência contratada para criar estratégias de comunicação que possam efetivamente engajar a população e promover uma maior participação cívica.

Além disso, a **Lei nº 12.232/2010** determina que os serviços de publicidade, por sua natureza técnica e intelectual, devem ser contratados por meio de processo licitatório, garantindo que o processo de escolha da agência seja transparente e competitivo. Essa contratação também permitirá ao Município utilizar a **tabela de custos do SINAPRO/SP**, respeitando os percentuais usuais do mercado publicitário, de acordo com as previsões da legislação.

Portanto, a necessidade da contratação surge da demanda crescente por **uma comunicação pública mais eficiente, profissional e abrangente**, sendo indispensável para que o Município de Jahu possa atingir suas metas de comunicação e interação com a população.

2. Consta do plano de contratações anual? Caso não conste, justificar.

O serviço está previsto no planejamento de 2025.

3. Há requisito especial de contratação? Havendo, justificar.

Sim, existe uma lei própria para regular o processo de contratação, a Lei Federal 12.232/2010

4. Descrição de quantidades, memória de cálculo e consideração da economia de escala.

A presente contratação dos serviços de publicidade pelo Município de Jahu será realizada com base em **medições mensais**, conforme o uso efetivo dos serviços previamente autorizados pela Secretaria de Comunicação. Essas medições serão realizadas até o **quinto dia útil do mês subsequente à utilização dos serviços**, permitindo um controle rigoroso sobre a execução e o pagamento dos serviços prestados.

Quantidades Estimadas

A quantidade de serviços a serem contratados não é previamente fixada em valores fechados, uma vez que a demanda publicitária pode variar de acordo com as necessidades da administração pública ao longo dos 12 meses de contrato. Assim, os serviços serão solicitados conforme a demanda identificada pela Secretaria de Comunicação, sempre

mediante **autorização expressa e documentada**, respeitando os limites orçamentários e a estimativa de custo já apresentada.

Memória de Cálculo

A estimativa de custo foi baseada na **tabela do SINAPRO/SP**, que estabelece valores referenciais para os serviços de publicidade no Estado de São Paulo. Os percentuais de remuneração aplicáveis à contratação, conforme a **Lei nº 12.232/2010**, foram considerados para garantir que os custos internos das agências, bem como os repasses a veículos de comunicação, estejam dentro dos parâmetros de mercado. A estimativa também leva em conta a necessidade de planejamento, criação, execução e supervisão de campanhas publicitárias em diversos meios (digitais, impressos, radiofônicos e televisivos), ajustando-se às especificidades de cada campanha.

Além disso, o valor total estimado para o contrato, de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)**, foi calculado considerando a projeção das demandas institucionais, com base nas campanhas anteriores e nas necessidades futuras de comunicação do município. Ressalta-se que, conforme a **Lei nº 12.232/2010**, o município não está obrigado a utilizar a totalidade do valor estimado, sendo o pagamento realizado de acordo com a prestação dos serviços efetivamente executados e aprovados.

Consideração da Economia de Escala

A contratação de uma única agência de publicidade para atender todas as demandas da comunicação institucional permite que o município **se beneficie da economia de escala**, uma vez que a centralização dos serviços resulta em maior eficiência e menores custos operacionais. A agência contratada poderá otimizar os recursos disponíveis, ajustando as campanhas de acordo com o orçamento e utilizando sua expertise para obter melhores condições junto aos veículos de comunicação e fornecedores, maximizando o impacto das campanhas com menor custo unitário.

Essa abordagem integrada também possibilita uma melhor negociação com os veículos de mídia e fornecedores, permitindo que a agência alcance **descontos e vantagens comerciais** em função do volume de trabalho, repassando esses benefícios ao município e otimizando o uso dos recursos públicos.

Dessa forma, o processo de medição mensal e a flexibilidade do contrato permitem uma **gestão eficiente dos serviços** e um **controle financeiro adequado**, assegurando que o município pague apenas pelos serviços efetivamente prestados e autorizados, sem comprometer a qualidade e o alcance das campanhas publicitárias.

5. Possíveis alternativas de mercado e indicação da justificativa da solução escolhida.

Ao analisar as possíveis alternativas disponíveis no mercado para atender à demanda de comunicação institucional do Município de Jahu, foram considerados diferentes modelos de prestação de serviços de publicidade. As opções incluem:

1. Contratação de uma Equipe Interna de Comunicação

A criação de uma equipe interna na Secretaria de Comunicação para desenvolver e executar campanhas publicitárias seria uma possível alternativa. Contudo, essa solução apresenta **limitações significativas**, como a necessidade de contratação de profissionais especializados, aquisição de infraestrutura adequada e ferramentas tecnológicas, além da dificuldade em

acompanhar a constante evolução do setor publicitário, que exige flexibilidade e inovação. A contratação de uma equipe interna também **aumentaria os custos fixos** da administração pública, sem a garantia de que as demandas de comunicação, que variam em volume e complexidade, poderiam ser atendidas de forma eficiente. Outro fator relevante é que a execução de campanhas em múltiplos meios de comunicação (TV, rádio, digital, impresso) requer uma rede de parcerias e negociações que são facilitadas por agências especializadas, o que uma equipe interna teria dificuldade em competir.

2. **Contratação de Múltiplos Fornecedores**

Outra alternativa seria a **contratação separada de fornecedores especializados** para cada etapa da comunicação, como agências digitais, gráficas, veículos de comunicação e produtores de conteúdo audiovisual. Embora essa solução ofereça a possibilidade de trabalhar com especialistas em cada área, ela **fragmenta o processo de comunicação**, dificultando a integração das campanhas, gerando falta de coesão e aumentando os desafios na gestão dos fornecedores. Além disso, o controle de qualidade e a coordenação das atividades seriam mais complexos, exigindo mais tempo e recursos da administração municipal.

Esse modelo também poderia elevar os custos, devido à ausência de uma estratégia integrada e à **inexistência de economias de escala**. A dispersão entre fornecedores independentes não garantiria uniformidade nas campanhas e poderia resultar em retrabalho ou perda de qualidade nas peças publicitárias.

3. **Contratação de uma Agência de Publicidade por Licitação**

A solução escolhida é a **contratação de uma única agência de publicidade** por intermédio de licitação, conforme previsto na **Lei nº 12.232/2010**. Essa alternativa apresenta diversas vantagens em relação às demais, como a **centralização das atividades de comunicação**, o que facilita o planejamento estratégico e a execução das campanhas de forma integrada. A agência contratada será responsável por todas as etapas do processo publicitário: estudo, planejamento, criação, execução e supervisão das campanhas, além da intermediação com veículos e fornecedores.

A escolha dessa solução permite:

- **Economia de escala**, uma vez que a agência, ao concentrar todas as demandas de comunicação do município, pode negociar melhores condições comerciais com fornecedores e veículos de comunicação, reduzindo os custos globais.
- **Flexibilidade** e agilidade na execução de campanhas, pois a agência tem expertise técnica para adaptar-se às variações de demanda e realizar campanhas em múltiplos canais de mídia.
- **Qualidade técnica**, dado que as agências possuem profissionais especializados em diferentes áreas, capazes de propor soluções criativas e eficientes, garantindo o impacto das campanhas junto ao público-alvo.

A contratação de uma agência por licitação também garante que o processo seja conduzido de forma **transparente, competitiva e em conformidade com a legislação**, assegurando que a escolha da proposta mais vantajosa para o município seja baseada em critérios técnicos e financeiros previamente estabelecidos.

Justificativa da Solução Escolhida

A escolha da contratação de uma agência de publicidade por intermédio de licitação foi baseada em **critérios de eficiência, economicidade e qualidade**. A contratação centralizada permite a implementação de uma comunicação institucional **mais eficaz, integrada e profissional**, com um único responsável por todas as etapas do processo publicitário, garantindo a **unidade de mensagem** e a coesão nas ações de comunicação.

Além disso, a solução escolhida proporciona uma **gestão simplificada**, tanto na

administração do contrato quanto no acompanhamento dos resultados, uma vez que todas as atividades são concentradas em um único fornecedor. A agência tem a capacidade de otimizar os recursos disponíveis e garantir a melhor utilização da verba pública destinada às campanhas publicitárias, em conformidade com as diretrizes legais e com as necessidades do Município de Jahu.

Portanto, a solução escolhida se justifica por ser a **mais adequada para atender às demandas de comunicação do município**, tanto do ponto de vista técnico quanto econômico, proporcionando o melhor custo-benefício e a garantia de qualidade e eficiência na execução das campanhas publicitárias.

6. Estimativa de valor da contratação, acompanhada de preços unitários referenciais (poderão constar de anexo).

Planilha de estimativa de valores em anexo

A estimativa de valor da contratação dos serviços de publicidade pelo Município de Jahu foi elaborada com base nos valores praticados no mercado publicitário, utilizando como referência a **tabela do SINAPRO/SP (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo)**, que é amplamente reconhecida no setor para determinar os custos de serviços publicitários em diferentes categorias.

Valor Total Estimado

O valor total estimado para a contratação dos serviços de publicidade é de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)** para o período de 12 meses, conforme previsto no Termo de Referência. Esse valor foi calculado com base na projeção das demandas de comunicação do Município e nas campanhas que deverão ser realizadas ao longo do contrato. Ressalta-se que, conforme a **Lei nº 12.232/2010**, o Município não está obrigado a utilizar a totalidade desse valor, sendo os pagamentos realizados de acordo com as medições mensais dos serviços efetivamente prestados.

Cálculo e Metodologia

A estimativa de valor foi realizada considerando as demandas futuras projetadas, seguindo as orientações das legislações vigentes, em especial a **Lei nº 12.232/2010**. A tabela do SINAPRO/SP foi utilizada como base para assegurar que os valores praticados estão de acordo com os padrões de mercado, garantindo a **transparência e a economicidade** na contratação.

Os preços unitários foram definidos para cada tipo de serviço com base na natureza da demanda e nos parâmetros técnicos utilizados pela indústria da publicidade, incluindo custos de criação, produção, veiculação e supervisão das campanhas.

Considerações Finais

A estimativa de R\$ 600.000,00 para a contratação dos serviços de publicidade visa cobrir todas as necessidades de comunicação do Município de Jahu durante o período de 12 meses, sendo que as medições mensais serão realizadas conforme os serviços forem prestados, dentro dos valores unitários referenciais mencionados acima. Essa estrutura de preços e a flexibilidade para acionar a agência conforme a demanda garantem **eficiência no uso dos recursos públicos** e a **adequação às normas legais**, proporcionando ao município o suporte necessário para conduzir campanhas publicitárias eficazes e de alto impacto.

É importante frisar, que foram levantadas contratações semelhantes, no Estado de São Paulo e os documentos compõem esse processo.

7. Descrição da solução como um todo, considerando manutenção, assistência técnica e garantias oferecidas, se for o caso.

A solução proposta para a contratação de serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda visa atender de forma abrangente e integrada às necessidades de comunicação institucional do Município de Jahu. A solução abrange desde a concepção e criação das peças publicitárias até a execução e supervisão das campanhas, em conformidade com as demandas estabelecidas pela Secretaria de Comunicação.

1. Solução como um Todo

A agência contratada será responsável por oferecer **um conjunto completo de serviços publicitários**, que incluem:

- **Planejamento estratégico** das campanhas, com análise do público-alvo e definição de metas e estratégias de comunicação;
- **Criação e conceituação** das peças publicitárias para os diversos meios de comunicação (impressa, digital, rádio, TV);
- **Execução e produção** das campanhas, incluindo a contratação de fornecedores e veículos de mídia para veiculação das peças publicitárias;
- **Supervisão e acompanhamento** da execução das campanhas, garantindo que as ações sejam realizadas dentro dos parâmetros acordados e monitorando os resultados;
- **Elaboração de relatórios e comprovação de veiculação**, de modo a garantir a transparência e eficácia das ações realizadas.

2. Manutenção e Atualização das Campanhas

Uma característica essencial dessa contratação é a **flexibilidade e agilidade** na adaptação das campanhas ao longo do contrato. A agência será responsável por garantir que as campanhas possam ser ajustadas e atualizadas conforme a necessidade, com base no feedback da Secretaria de Comunicação e na análise dos resultados obtidos.

Sempre que houver necessidade de **manutenção** das peças publicitárias (como correção de informações, ajustes criativos ou revisões de conteúdo), a agência deverá providenciar as alterações de forma ágil, garantindo que as campanhas permaneçam relevantes e eficazes.

3. Assistência Técnica e Suporte

Embora não se trate de serviços técnicos no sentido estrito, a agência contratada deverá oferecer **assistência e suporte contínuo** em todas as fases das campanhas publicitárias. Esse suporte envolve:

- **Consultoria estratégica** para ajustes e melhoria de campanhas em andamento;
- **Apoio técnico** na execução de peças publicitárias e na veiculação, especialmente em mídias digitais, que exigem acompanhamento contínuo;
- **Assistência na implementação de novas ferramentas** e tecnologias de comunicação, como o uso de plataformas digitais e campanhas online.

A agência deverá estar sempre disponível para **esclarecer dúvidas e propor soluções rápidas** para problemas que possam surgir durante a execução das campanhas.

4. Garantias Oferecidas

A garantia principal na prestação dos serviços está relacionada à **qualidade das campanhas e à conformidade com os objetivos de comunicação do Município de Jahu**. A agência contratada será responsável por:

- **Garantir a eficácia das campanhas publicitárias**, oferecendo soluções criativas e inovadoras que atendam às necessidades da administração;
- **Cumprir os prazos estabelecidos** no planejamento das campanhas, garantindo que todas as ações sejam realizadas dentro dos períodos estipulados;

• **Fornecer relatórios detalhados de performance e comprovação de veiculação**, assegurando que os serviços foram executados conforme o acordado e com os resultados esperados.

Caso sejam detectados problemas ou falhas nas campanhas (seja no conteúdo, execução ou veiculação), a agência deverá **corrigir as deficiências** imediatamente, sem ônus adicional para o Município, garantindo que os serviços sejam prestados de forma satisfatória.

5. Conclusão

A solução proposta para a contratação da agência de publicidade oferece uma abordagem **completa e integrada**, que inclui desde o planejamento inicial até a execução, manutenção e monitoramento das campanhas publicitárias. O modelo de contratação permite que o Município de Jahu tenha **acesso contínuo ao suporte técnico e criativo**, garantindo que as campanhas sejam **eficazes e adaptáveis**, de acordo com as demandas que surgirem ao longo do contrato.

Esse conjunto de serviços, aliado à **flexibilidade na execução** e à **garantia de qualidade** oferecida pela agência, assegura que o Município possa atender plenamente às suas necessidades de comunicação institucional, com resultados otimizados e a melhor utilização dos recursos públicos.

8. Justificativa para parcelamento ou não parcelamento da contratação.

Prestação de Serviço Mensal

A contratação dos serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda não será parcelada, conforme justificado a seguir.

1. Natureza Integrada dos Serviços de Publicidade

Os serviços de publicidade contratados envolvem uma série de atividades que precisam ser desenvolvidas de maneira **integrada e contínua**. O processo de comunicação institucional requer o planejamento, criação, execução e monitoramento de campanhas, que abrangem diversas etapas interdependentes, como:

- Estudo e planejamento estratégico;
- Criação e conceituação de peças publicitárias;
- Execução interna e supervisão da execução externa;
- Intermediação com veículos de mídia e fornecedores;
- Supervisão da veiculação e elaboração de relatórios de comprovação.

Dividir essa contratação em partes poderia **fragmentar a estratégia de comunicação**,

prejudicando a **coerência das campanhas** e dificultando o controle de qualidade e a execução contínua das ações. O parcelamento não garantiria a unidade necessária para que todas as etapas estejam alinhadas aos objetivos institucionais do município.

2. Economia de Escala e Otimização de Recursos

Ao optar pela contratação de uma única agência, o Município de Jahu **se beneficia da economia de escala**, uma vez que a centralização de todas as atividades de comunicação em um único fornecedor permite melhores negociações com veículos de mídia e fornecedores. A agência contratada, ao gerir todo o processo publicitário, pode negociar descontos e condições comerciais mais vantajosas, otimizando o uso dos recursos públicos.

O parcelamento, por outro lado, resultaria na contratação de múltiplos fornecedores para diferentes etapas do processo, **aumentando os custos** com contratos separados e dificultando a obtenção de melhores condições de mercado. Isso resultaria em **ineficiência financeira**, além de uma comunicação fragmentada.

3. Necessidade de Coerência e Consistência nas Campanhas

A publicidade institucional exige que todas as campanhas e ações sejam desenvolvidas com **coerência e consistência** ao longo do tempo, mantendo uma unidade visual, de conceito e de mensagem. A divisão dos serviços entre vários fornecedores comprometeria essa consistência, resultando em diferenças de abordagem que poderiam confundir o público-alvo e enfraquecer o impacto das campanhas.

Ao manter a contratação **não parcelada**, o Município garante que todas as campanhas publicitárias, desde o planejamento até a execução final, sejam conduzidas por uma única equipe responsável por todas as etapas do processo, garantindo a **unidade e a eficiência da comunicação**.

4. Eficiência na Gestão do Contrato e Fiscalização

A gestão e fiscalização de um único contrato de publicidade são **mais simples e eficazes** do que a gestão de múltiplos contratos. Ao centralizar a contratação em uma única agência, a Secretaria de Comunicação pode acompanhar o andamento dos serviços com maior eficiência, garantindo a qualidade das entregas e o cumprimento dos prazos.

O parcelamento da contratação dificultaria esse processo, exigindo maior controle administrativo e aumentando o risco de falhas na coordenação entre os diversos fornecedores.

Conclusão

Diante da **natureza integrada** dos serviços de publicidade, da necessidade de **coerência e consistência** nas campanhas, das **vantagens econômicas** obtidas com a centralização dos serviços e da **eficiência na gestão do contrato**, opta-se por **não parcelar** a contratação dos serviços de publicidade. A contratação de uma única agência assegura que as demandas de comunicação do Município de Jahu sejam atendidas de forma plena e eficiente, garantindo a **qualidade, o controle e o uso otimizado dos recursos públicos**.

9. Demonstração de resultados pretendidos em termo de economicidade e de melhor aproveitamento de recursos humanos, materiais e financeiros.

A contratação de serviços de publicidade por intermédio de uma agência de propaganda para o Município de Jahu visa alcançar uma **melhoria significativa na gestão dos recursos públicos**, com foco em **economicidade** e no **aproveitamento otimizado de recursos humanos, materiais e financeiros**. A seguir, detalham-se os principais resultados pretendidos com a contratação:

1. Economicidade

A contratação de uma única agência de publicidade permite ao Município de Jahu obter **economia de escala**, uma vez que a centralização dos serviços possibilita a negociação de **melhores condições comerciais** com fornecedores e veículos de mídia. Essa economia se refletirá diretamente nos seguintes aspectos:

- **Melhor negociação de preços** para veiculação de campanhas publicitárias em mídias digitais, impressas, televisivas e radiofônicas, já que a agência contratada tem maior poder de barganha ao gerenciar o volume total de campanhas;
- Redução de custos com **logística e supervisão**, dado que a agência será a responsável por todo o processo de execução e acompanhamento das campanhas, eliminando a necessidade de múltiplos fornecedores e contratos;
- **Otimização do orçamento publicitário**, com a alocação estratégica dos recursos de acordo com a demanda, evitando gastos desnecessários e assegurando o máximo retorno sobre o investimento.

Ao concentrar todas as atividades de publicidade em uma única agência, o Município pode utilizar seus recursos de forma **mais eficiente**, com menor risco de duplicidade de serviços e desperdício de materiais.

2. Aproveitamento de Recursos Humanos

O contrato com a agência de publicidade libera a equipe interna da Secretaria de Comunicação para **focar em atividades estratégicas** e de gestão, como a definição de prioridades de comunicação, acompanhamento de resultados e alinhamento institucional. Isso evita que os servidores sejam sobrecarregados com atividades operacionais relacionadas à criação, produção e veiculação de campanhas, garantindo um **melhor aproveitamento do capital humano** disponível.

A agência contratada, com sua equipe técnica especializada, será responsável pela execução das campanhas publicitárias, trazendo expertise criativa, técnica e operacional. Dessa forma, a Secretaria de Comunicação pode **otimizar o uso de seus recursos humanos** ao delegar as tarefas técnicas e operacionais à agência, mantendo o foco no planejamento estratégico e na supervisão.

3. Melhor Aproveitamento de Recursos Materiais

A centralização das atividades publicitárias em uma única agência permite uma gestão mais eficiente dos **recursos materiais** relacionados à comunicação, como materiais gráficos, produções audiovisuais e peças digitais. A agência será responsável pela coordenação de fornecedores, gerenciamento de estoques e entrega de materiais, garantindo:

- **Redução de custos operacionais** com produção de materiais, através da negociação com fornecedores em volumes maiores;
- **Evitar desperdícios**, ao assegurar que todos os materiais sejam utilizados de forma otimizada nas campanhas;
- **Melhor qualidade na produção** e no controle de materiais publicitários, assegurando que os mesmos atendam às necessidades específicas de cada campanha e segmento de público.

Além disso, o contrato com a agência garantirá que os materiais publicitários sejam produzidos e entregues dentro dos padrões de qualidade e prazos estabelecidos pela Secretaria de Comunicação.

4. Melhor Aproveitamento de Recursos Financeiros

A utilização de uma única agência de publicidade para a execução dos serviços permite ao Município de Jahu **maximizar o uso dos recursos financeiros** destinados às campanhas publicitárias, evitando a fragmentação de investimentos. Isso assegura que:

- Os valores investidos em publicidade sejam aplicados **de maneira eficiente**, com foco em resultados concretos e mensuráveis;
- A alocação de recursos seja realizada de forma estratégica, com a agência responsável por identificar as melhores oportunidades de mídia e investimento, conforme a demanda e os objetivos de cada campanha;
- Haja **controle rigoroso dos custos**, com pagamentos sendo realizados com base em medições mensais dos serviços efetivamente prestados, garantindo que o

Município pague apenas pelos serviços aprovados e entregues.

A estrutura de pagamento por medições mensais também proporciona maior controle financeiro, pois a agência só será remunerada pelos serviços prestados e autorizados previamente, evitando gastos indevidos e promovendo maior **transparência na gestão financeira**.

Conclusão

Com a contratação de uma agência de publicidade, o Município de Jahu espera alcançar resultados expressivos em termos de **economicidade e aproveitamento otimizado de recursos humanos, materiais e financeiros**. A centralização das atividades publicitárias permite uma gestão mais eficiente dos recursos, garantindo **maior retorno sobre o investimento e melhores resultados institucionais** para as campanhas de comunicação pública, sempre alinhadas aos princípios de eficiência, eficácia e transparência.

10. Providências complementares que devem ser adotadas, em paralelo, no tocante à operacionalização do objeto de contratação.

Para garantir o sucesso e a eficiência na execução do contrato de serviços de publicidade, é necessário adotar **diretrizes complementares** que reforcem a **operacionalização do objeto contratado**. Essas diretrizes visam assegurar o cumprimento das exigências legais, otimizar a comunicação entre as partes e garantir que as campanhas publicitárias sejam realizadas de maneira eficaz e dentro dos padrões de qualidade estabelecidos. A seguir, estão detalhadas as principais diretrizes que devem ser adotadas:

1. Controle Rigoroso de Aprovações

Toda e qualquer campanha ou peça publicitária a ser veiculada deve ser previamente **aprovada pela Secretaria de Comunicação**. A agência contratada deverá submeter à aprovação todos os **planos de mídia, peças criativas e estratégias publicitárias**, antes de qualquer execução. Essa diretriz assegura que as campanhas estejam alinhadas com os objetivos institucionais do município e que os valores investidos estejam sendo aplicados de maneira estratégica.

Para garantir transparência e rastreabilidade, todas as aprovações devem ser **formalizadas por escrito**, seja via e-mail ou por meio de outro sistema acordado entre as partes, de modo a evitar divergências e assegurar clareza no processo de tomada de decisões.

2. Implementação de Relatórios de Desempenho

A agência deverá apresentar relatórios periódicos detalhando o desempenho de cada campanha, com indicadores claros, tais como:

- **Alcance e impacto da campanha;**
- **Medição de retorno sobre o investimento (ROI);**
- **Engajamento do público-alvo** em campanhas digitais;
- **Relatórios de veiculação** com comprovantes de exibição para mídia impressa, TV, rádio e digital.

Esses relatórios deverão ser submetidos à Secretaria de Comunicação **mensalmente**, e servirão de base para as medições de pagamento, conforme os serviços efetivamente prestados. A apresentação de relatórios permite à Secretaria monitorar a eficácia das campanhas e, se necessário, ajustar as estratégias publicitárias para maximizar o impacto.

3. Reuniões de Alinhamento Periódicas

Recomenda-se que a Secretaria de Comunicação e a agência contratada realizem **reuniões de alinhamento periódicas** para discutir o andamento das campanhas em curso, ajustar eventuais necessidades e planejar novas ações. Essas reuniões podem ser realizadas mensalmente ou de acordo com o cronograma de campanhas, e deverão incluir:

- Revisão das campanhas em andamento;
- Apresentação de novas propostas criativas;
- Discussão de oportunidades de otimização dos resultados;
- Alinhamento de cronogramas e metas.

Esses encontros permitirão maior **sinergia entre a equipe da Secretaria e a agência**, promovendo uma comunicação fluida e rápida resolução de eventuais problemas ou ajustes que precisem ser feitos.

4. Estabelecimento de Prazos Claros

Todos os prazos para a entrega de materiais e execução de campanhas deverão ser **claramente definidos** em conjunto com a Secretaria de Comunicação. Para tanto, deve ser elaborado um **cronograma detalhado** com as etapas das campanhas, de modo a garantir que todas as partes envolvidas saibam os tempos de entrega esperados e os prazos de aprovação.

O cumprimento desses prazos é essencial para o sucesso das campanhas, especialmente em ações com datas específicas, como campanhas relacionadas a eventos, conscientização pública ou datas comemorativas.

5. Gestão de Orçamentos e Ajustes de Verbas

A agência deve gerenciar o orçamento destinado às campanhas publicitárias de maneira eficaz, sempre respeitando o limite estipulado pela Secretaria de Comunicação. Em caso de necessidade de ajustes no plano de mídia ou mudanças nas alocações de verbas, a agência deverá solicitar **aprovação prévia** da Secretaria, justificando o motivo da alteração e apresentando os benefícios esperados.

Essa prática garante que os recursos públicos sejam aplicados com **transparência e eficiência**, evitando gastos desnecessários e promovendo o **uso racional do orçamento** disponível.

6. Treinamento e Transferência de Conhecimento

A agência poderá, eventualmente, promover **treinamentos e workshops** para a equipe da Secretaria de Comunicação, com o objetivo de **transferir conhecimento** sobre estratégias de publicidade, novas tecnologias de comunicação e práticas inovadoras no mercado. Esse tipo de capacitação permitirá que a equipe interna da Secretaria tenha uma visão mais ampla e estratégica das campanhas, além de fortalecer a colaboração com a agência contratada.

7. Acompanhamento Jurídico e Conformidade Legal

Todas as campanhas publicitárias devem estar em conformidade com as **normas legais e regulamentares vigentes**, especialmente no que se refere à publicidade institucional. A Secretaria de Comunicação deve manter um acompanhamento jurídico constante para garantir que as campanhas não violem legislações, como a **Lei Eleitoral**, que impõe restrições específicas durante os períodos eleitorais.

Adicionalmente, a agência contratada deve estar atenta às questões de **direitos autorais**, licenciamento de imagens, uso de marcas e conformidade com as normas éticas da publicidade.

8. Acompanhamento de Tendências e Inovação

A agência contratada deve se comprometer a **acompanhar as tendências do mercado publicitário** e trazer inovações para as campanhas do Município de Jahu. O setor de publicidade é dinâmico, com constantes avanços tecnológicos e novas formas de comunicação, e é essencial que a agência ofereça **soluções inovadoras** que aproveitem as novas oportunidades e melhorem a eficácia das campanhas.

Essas diretrizes complementares garantem que a operacionalização do objeto de contratação seja realizada de forma **eficiente, transparente e alinhada às necessidades do Município de Jahu**, promovendo uma gestão eficaz dos recursos públicos e assegurando o sucesso das campanhas publicitárias.

11. Contratações correlatas e/ou interdependentes, se houver.

Não se aplica.

12. Demonstração de possíveis impactos ambientais e possíveis medidas mitigadoras, se for o caso.

Não se aplica.

13. Posicionamento conclusivo da adequação da contratação com vista a solução a que se destina.

A contratação de uma agência de publicidade para o Município de Jahu, nos termos estabelecidos pela **Lei nº 12.232/2010**, se apresenta como a solução mais adequada para atender às necessidades de comunicação institucional da administração pública. A análise das demandas de comunicação, associada aos desafios enfrentados pela Secretaria de Comunicação, justifica plenamente a escolha dessa modalidade de contratação, que visa garantir **eficiência, transparência e resultados otimizados** no desenvolvimento das campanhas publicitárias.

1. Atendimento às Necessidades de Comunicação

A contratação de uma agência especializada permitirá que o Município de Jahu possa executar campanhas publicitárias de forma profissional e estratégica, com a **integração de todas as etapas do processo publicitário** — desde o planejamento até a veiculação e acompanhamento dos resultados. Essa abordagem garante que as ações de comunicação

sejam realizadas de maneira **coerente e unificada**, proporcionando **maior impacto** nas campanhas institucionais e um **alcance mais eficaz** do público-alvo.

2. Economia e Otimização de Recursos

A centralização das atividades de publicidade em uma única agência possibilita a **economia de escala** e a **otimização dos recursos públicos**, ao assegurar que os serviços sejam contratados de forma global e integrada. Isso permite uma gestão financeira mais eficiente, com o controle dos investimentos e a adequação dos recursos ao longo do contrato, assegurando o **melhor custo-benefício** e **maximização dos resultados** com o uso racional do orçamento disponível.

Além disso, a gestão da publicidade por meio de uma agência experiente garantirá uma **melhor alocação dos recursos humanos internos** da Secretaria de Comunicação, permitindo que a equipe municipal concentre-se em atividades estratégicas e de supervisão, enquanto a agência executa as atividades técnicas e operacionais.

3. Flexibilidade e Adaptação

A solução escolhida também proporciona a flexibilidade necessária para que o Município de Jahu possa **ajustar as campanhas publicitárias** conforme suas demandas e prioridades ao longo do tempo. A estrutura contratual permite a medição mensal dos serviços prestados e a execução de campanhas por demanda, o que oferece **agilidade e eficiência operacional** sem comprometer a qualidade das ações.

4. Conformidade Legal

O processo de contratação é inteiramente adequado às normas legais vigentes, em especial à **Lei nº 12.232/2010**, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade no âmbito da administração pública. O modelo de licitação adotado, com base na melhor técnica, garante que a escolha da agência seja feita de forma **transparente, competitiva e imparcial**, assegurando a contratação da proposta mais vantajosa para o município.

A contratação da agência também está em conformidade com os **princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência**, sendo um passo fundamental para que o Município de Jahu possa comunicar suas ações de forma ética, clara e acessível à população.

5. Impacto e Resultados Esperados

Com a contratação da agência de publicidade, o Município de Jahu espera alcançar resultados expressivos em termos de **melhoria da comunicação institucional**, maior engajamento da população, **transparência na divulgação das ações governamentais** e **fortalecimento da imagem pública** do município. As campanhas publicitárias, desenvolvidas de forma estratégica e integrada, serão fundamentais para o sucesso das iniciativas institucionais e o **cumprimento dos princípios de transparência e acesso à informação**.

Conclusão

Portanto, a contratação de uma agência de publicidade se revela totalmente adequada à solução proposta, atendendo às necessidades de comunicação institucional do Município de Jahu de maneira eficaz e dentro dos parâmetros legais estabelecidos. A solução proposta garante **eficiência operacional**, **otimização de recursos** e **transparência** no uso dos recursos públicos, assegurando que as campanhas publicitárias sejam conduzidas de maneira profissional e impactante, promovendo o desenvolvimento e fortalecimento da comunicação pública no município.

Jahu/SP, 06 de Agosto de 2024

MURILO RONCHESEL
Secretário Municipal
Secretaria de Comunicação