

contemplem cláusulas específicas de responsabilidade, prazos, penalidades e mecanismos de avaliação de resultados.

Publicização e transparência – adotar providências para assegurar que todo o processo, incluindo a futura execução contratual, seja amplamente publicizado em meios oficiais, permitindo o controle social.

A adoção dessas medidas prévias fortalece a segurança jurídica do processo, aumenta a eficiência da gestão contratual e garante que a Administração esteja devidamente preparada para fiscalizar e avaliar os serviços prestados, resguardando o interesse público.

19. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

A contratação de agência de propaganda especializada, em regra, não gera impactos ambientais diretos significativos, por se tratar de serviço predominantemente intelectual e imaterial. Entretanto, determinadas ações decorrentes da execução contratual podem ocasionar efeitos indiretos que merecem atenção da Administração.

Entre os principais potenciais impactos ambientais, destacam-se:

- **Produção de materiais impressos** – o uso de papel, tintas e insumos gráficos pode contribuir para a geração de resíduos sólidos e para o aumento do consumo de recursos naturais.
 - **Distribuição física de peças publicitárias** – a logística de entrega de materiais impressos ou a montagem de estruturas em vias públicas pode ocasionar consumo de combustíveis e emissão de gases poluentes.
- Eventos e campanhas presenciais** – ações institucionais de grande porte podem gerar resíduos, consumo energético elevado e eventual poluição sonora.

Para mitigar esses impactos, recomenda-se que a agência contratada adote medidas de sustentabilidade, tais como:

Priorizar mídias digitais em detrimento da produção de materiais impressos, ampliando o alcance com menor impacto ambiental;
Utilizar papel reciclado ou certificado e tintas menos poluentes sempre que houver necessidade de impressão;
Adotar processos logísticos sustentáveis, buscando reduzir deslocamentos desnecessários e otimizar a distribuição de materiais;
Implementar práticas de gestão de resíduos durante eventos, com coleta seletiva e descarte adequado;
Incluir nas campanhas publicitárias conteúdos de conscientização socioambiental, estimulando a população a adotar boas práticas de preservação.

Assim, embora os impactos ambientais dessa contratação sejam indiretos e de baixa magnitude, sua prevenção e mitigação devem integrar a gestão contratual, em consonância com a política municipal de sustentabilidade e os princípios de responsabilidade socioambiental.

20. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Com base nos elementos anteriores do presente documento de Estudos Preliminares realizado, **DECLARO** que:

☒ **É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

☐ **NÃO É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

Tendo em vista que se chegou à conclusão acima em razão do(s) seguinte(s) motivo(s):
Os estudos preliminares evidenciaram que a contratação da solução descrita no item "DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO" se mostra tecnicamente possível e fundamentadamente necessária. Diante do exposto, declara-se ser viável a contratação pretendida.

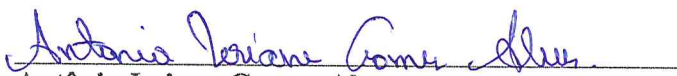
21. ANEXO

- Cotação de Mercado
- Briefing de Comunicação

22. LOCAL E DATA:

Pires Ferreira/CE, 08 de agosto de 2025.

23. RESPONSÁVEL(EIS):



Antônia Laiane Gomes Alves

Responsável pelo Planejamento das Contratações Administrativas



BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

Campanha Institucional – "Pires Ferreira é de Todos Nós"

1. Contexto Geral

Nos últimos anos, a Prefeitura de Pires Ferreira tem investido significativamente na melhoria e modernização dos equipamentos públicos – escolas, praças, postos de saúde, ginásios, quadras esportivas, areninhas, entre outros. No entanto, ainda se observa certa resistência de parte da população em compreender esses espaços como bens coletivos que exigem o cuidado de todos.

Além da manutenção física, é fundamental cultivar uma cultura cidadã de pertencimento, cuidado e valorização do que é público.

2. Objetivo da Campanha

Promover uma campanha institucional que empodere o cidadão pires-ferreirense como corresponsável pelo zelo e preservação dos equipamentos públicos, reforçando a ideia de que esses espaços são construídos para e por todos — e, portanto, devem ser cuidados não só pela administração pública, mas pela coletividade.

3. Público-Alvo

População em geral, com atenção especial às seguintes faixas:
Jovens e estudantes (com foco em ações nas escolas e redes sociais)
Pais, professores e lideranças comunitárias
Comerciantes e profissionais locais

4. Mensagem Central (Conceito)

"Pires Ferreira é de Todos Nós"

Cuidar dos nossos espaços públicos é também cuidar da nossa cidade, do nosso futuro e de nós mesmos. O que é de todos, é responsabilidade de cada um.

5. Tom e Estilo

Inspirador, empático, comunitário
Positivo, com enfoque em pertencimento e orgulho local
Visualmente vibrante e humanizado (com rostos reais da cidade)
Evitar tom punitivo ou acusatório; trabalhar com exemplos do bem

7. Entregas Esperadas

Offline:

Cartazes e faixas para escolas, praças e prédios públicos
Spots de rádio (30s e 60s)
Outdoor institucional com linguagem emocional

Online:

Vídeo (até 1 minuto) com narrativa impactante e trilha emocional
Vídeo (15s/30s) para redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok)
Cards com frases de efeito e dados de investimentos públicos
Stories com enquetes e interações com a população

7. Argumentos-Chave

O bem público é um investimento coletivo.
Quanto mais cuidamos, mais recursos sobram para novos investimentos.
Destruir ou depredar é prejudicar o vizinho, a família, a cidade.
Cuidar é um ato de amor, respeito e pertencimento.

9. Prazo Desejado

Lançamento da campanha: próximos 30 dias, com duração inicial de 60 dias, podendo ser desdobrada ao longo do ano em ações educativas contínuas.

9. Observações Adicionais

Incluir representatividade (crianças, idosos, servidores, jovens).
Utilizar imagens reais dos espaços públicos do município.
Integrar a identidade visual da Prefeitura e o slogan "Cada vez melhor".

Material deve seguir a legislação vigente e normas de publicidade institucional.

