

## **ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO**

### **1. INTRODUÇÃO**

O presente documento visa analisar a viabilidade da presente contratação, bem como levantar os elementos essenciais que servirão para compor o Briefing, de forma a melhor atender às necessidades da Administração.

### **2. DADOS DO PROCESSO**

2.1. Unidade funcional responsável pela Contratação: Assessoria de Comunicação

2.2. Objeto: Contratação de empresa especializada em serviços de publicidade através 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 a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias ou de informar o público em geral.

2.3. Número do Processo: **PG 202400961**

### **3. NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

A Contratação dos serviços justifica-se com base em levantamento realizado pela Assessoria de Comunicação que constatou forte oscilação nas demandas, com picos que exigiriam a presença de vários profissionais da área, de modo que a contratação de empresa especializada nesses serviços se revela a alternativa de maior economicidade, permitindo que se acompanhe regularmente essa variação.

A contratação de publicidade tem por objetivo difundir nossa mensagem e consolidar a imagem institucional perante à Enfermagem e a sociedade goiana, divulgando nossas ações e realizações, projetos e campanhas de valorização da profissão, em veículos de comunicação de grande impacto no estado de Goiás. É também uma forma de ampliar as ações de comunicação institucional com os serviços.

Como é sabido, tem sido frequente a cobrança dos gestores da saúde e profissionais de enfermagem de regiões não cobertas pelo nosso atendimento, da presença do Coren para tomar conhecimento in loco dos problemas que envolvem as questões da assistência de Enfermagem. Desta forma, com a contratação dos serviços, podemos disseminar de forma mais direta, abrangente e eficiente nossa mensagem, seja via mídia regional, em rede estadual, seja com produção de peças e materiais de comunicação, a exemplo de um cartaz, folder, outdoor, busdoor, e conteúdos de multimídia, vídeos, gifs, podcast e assim atingirmos nosso público alvo.

Importante destacar que além da atuação junto à mídia tradicional, a comunicação on-line e as novas tecnologias trouxeram novas exigências ao mundo do trabalho. Hoje, a resposta tem que ser ainda mais ágil e com a mesma precisão cirúrgica de antes, porque há muitas fontes disponíveis e a hesitação no momento de atender a uma demanda de comunicação pode significar a perda de um espaço crucial de visibilidade. Em situações de crise, então, é fatal. Os meios de comunicação, mais do que em qualquer outra época, contribuem para formar a imagem e a reputação das organizações, positivas ou não.

Não obstante, o Conselho Regional de Enfermagem de Goiás é o 11º regional com maior número de inscritos. São mais de 85 mil profissionais, presentes e atuantes em todos os 246 municípios. Seguindo o exemplo do Conselho Federal de Enfermagem (Cofen) e outros conselhos, é necessário acompanhar as novas tecnologias e modernizar as atividades para que os profissionais, principalmente os que moram no interior do estado, possam acompanhar as ações e participar dos projetos desta autarquia.

A facilidade visa acompanhar outros projetos, como já especificado neste processo (fls. 3 a 5), como o Coren-GO Junto com Você, que leva serviços de forma itinerante para cidades longe da sede e subseções do conselho, a inauguração da nova sede, prevista para este ano de 2025, e a implantação do Sistema Integrado de Gestão de Enfermagem (Sigen), que apresenta todos os serviços do conselho de forma virtual, trazendo inovação, transparência e flexibilidade.

Para acompanhar essas tendências, precisamos estar mais presentes também de forma digital, aproximando cada vez mais o Conselho da categoria. Apontado em pesquisa realizada pela Fiocruz em parceria com o Cofen sobre o Perfil da Enfermagem, em 2013, já indicava que os profissionais se informavam através das mídias digitais. Dez anos depois, o levantamento feito pela Comscore demonstra que o Brasil é o terceiro país que consome redes sociais em todo o mundo.

De acordo com o “Relatório Digital 2024: 5 billion social media users”, publicado em parceria entre We Are Social e Meltwater, o Brasil é o segundo país em que os usuários passam mais tempo on-line, com média de 9h13, atrás apenas da África do Sul com 9h24. Assim, a Enfermagem, que representa a maior categoria de saúde do país, está diretamente ligada à esses dados.

A tendência é que o Sistema Cofen/Conselhos Regionais de Enfermagem estejam presentes como órgão regulatório e fiscalizador da profissão, mas também como entidade de classe na saúde que oferece conteúdos de interesse social. Os profissionais informados refletem em uma categoria mais consciente do seu papel e mais qualificados para exercer a profissão de maneira adequada e segura.

Não há dúvida de que a tarefa é bastante complexa e tende a ficar ainda mais. Novos veículos de comunicação, impressos ou online, surgem a todo o momento, os jornalistas e influenciadores digitais tornam-se cada vez mais capacitados, por isso, a busca por informações de todos os públicos-alvo do COREN-GO exige a contratação de ferramentas e serviços eficientes e com qualidade suficiente para atender a todas as demandas que surjam. Para tanto, deve o COREN-GO escolher o tipo de licitação que atenda a essa finalidade e, ainda, estabelecer parâmetros para selecionar a proposta mais vantajosa do ponto de vista técnico, sem olvidar a busca pelo menor preço possível, conforme dispositivos legais, a exemplo da lei n. 12.232/2010 que regulamenta a contratação de tais serviços.

A negociação comercial, permitida no tipo Melhor Técnica e Preço, conforme orientação da Ascom/Cofen, disponível no Guia de Comunicação, anexo da Política de Comunicação do Sistema Cofen/Conselhos Regionais (Resolução n. 538/2017 e 767/2024), assegura melhores condições financeiras de contratação.

A eficácia de um trabalho de Comunicação dessa natureza é garantida pela implantação de um ciclo que inclui diagnóstico das necessidades de cada órgão, mapeamento de quem são e o que pensam seus públicos, planejamento das ações que serão realizadas e definição de ferramentas para atingir os objetivos estabelecidos no plano estratégico, bem como a expertise profissional envolvida no atendimento e a estrutura necessária para a sua execução. Essa é a essência do que hoje se entende por visão integrada da comunicação.

E somente com um trabalho de comunicação realizado em consonância com nossos objetivos, com os objetivos do Sistema Cofen/Conselhos Regionais, e acima de tudo, com o conhecimento e a participação dos profissionais poderemos conquistar o que precisamos, tudo que buscamos e acreditamos.

Por fim, os serviços de publicidade aqui proposto, são essenciais para o Conselho Regional de Enfermagem de Goiás.

#### **4. REFERÊNCIA AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DO COREN-GO**

OE2 – Promover e participar de estudos, campanhas, eventos técnicos-científicos e culturais para Aperfeiçoamento e Desenvolvimento dos Profissionais de Enfermagem.

#### **5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO**

##### **5.1. Natureza da Contratação:**

Trata-se da prestação de um serviço de natureza intelectual, intangível e indivisível, que não se enquadra no conceito de bens e serviços comuns.

Os serviços de publicidade diferem dos serviços comuns, haja vista a impossibilidade de se falar em soluções padronizadas de comunicação, seja ela digital ou corporativa, disponíveis no mercado, em face de suas infinitas variações técnicas dependentes do momento, do órgão ou entidade, do público alvo da mensagem, do local da emissão, da finalidade da informação a ser veiculada, da qualidade da mensagem, etc. Os serviços de publicidade são aqueles cuja natureza é predominantemente intelectual, sendo que tal natureza é típica daqueles serviços em que a arte e a racionalidade humanas são essenciais para a sua execução satisfatória. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos específicos de padrão, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos.

A eficácia de um trabalho de Comunicação dessa natureza é garantida pela implantação de um ciclo que inclui diagnóstico das necessidades do contratante, mapeamento de quem são e o que pensam seus públicos, planejamento das ações que serão realizadas e definição de ferramentas para atingir os objetivos estabelecidos no plano estratégico, bem como a expertise profissional envolvida no atendimento e a estrutura necessária para a sua execução.

##### **5.2. Duração Inicial do Contrato:**

12 (doze) meses, renováveis por até 10 (dez) anos, se justificado, nos termos da Lei n. 14.133/2021 e Lei n. 12.232/2010.

##### **5.3. Sustentabilidade:**

A agência a ser contratada, em suas atividades, estará vinculada por força de contrato a executar as suas atividades de acordo com a legislação ambiental.

**5.4. Transição Contratual:**

Não haverá a necessidade de transição contratual.

**5.5. Relevância dos requisitos estipulados:**

Os requisitos levantados em estudo fazem parte de um grupo de serviços especializados no mercado, o que não deve trazer dificuldades à ampla concorrência.

**6. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES**

Os serviços de publicidade serão realizados conforme planejamento de ação publicitária do COREN-GO elaborado pela Ascom-GO para o período de 2025, pretende-se realizar as seguintes iniciativas e campanhas publicitárias:

- Criação de ambiente digital no CofenPlay (hotsite e aplicativo) do COREN-GO, visando a troca de experiências profissionais, promoção profissional, e canal de comunicação direto com profissionais de Enfermagem.
- Produção de vídeo documentário do COREN-GO mostrando a realidade destes profissionais, apresentando os desafios encontrados, explorando a carga emocional que a profissão está sujeita;
- Exploração de Mídias digitais e redes sociais de forma integrada. Estudo e avaliação de métricas;

**- Campanha - Semana da Enfermagem 2025**

A campanha será a maior do planejamento de 2025. Trabalharemos uma nova abordagem para a campanha da Semana da Enfermagem de forma a valorizar a atuação dos profissionais de Enfermagem de Goiás.

Utilizaremos todos os esforços de comunicação. Serão criadas as seguintes peças:

- SPOT de rádio (regional) com alta frequência de inserção;
- VT de Televisão (televisão aberta) genérico e para Semana de Enfermagem 2025;
- Outdoor;
- Busdoor e mobiliário urbano;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Anúncio de jornal;
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Digital (redes sociais);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas;
- Mídia programática;
- Mídia Indoor;
- Out Of home

**- Campanha Valorização Profissional**

A campanha a ser veiculada procurará informar à população do estado do Goiás a excelência do trabalho dos profissionais de enfermagem, sua autonomia quanto a alguns procedimentos e a humanização do cuidado. O objetivo primordial será

reconstruir junto à opinião pública a boa imagem da profissão Enfermagem, o que ocasionará grande impacto à qualidade de vida e ao trabalho dos profissionais habilitados. Nesta fase serão utilizados todos os esforços de comunicação. Serão criadas as seguintes peças:

- SPOT de rádio (regional) com alta frequência de inserção;
- Outdoor;
- Busdoor e mobiliário urbano;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- Digital (redes sociais);
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas;
- Mídia programática.

#### **- Esteja Habilitado e/ou Refis Enfermagem**

Nesta ação, serão desenvolvidas peças publicitárias que incentivem o profissional de Enfermagem a pagar a sua anuidade e àqueles que estão em dívida com a autarquia, que as quitam através de programas de financiamento para que esteja devidamente habilitado para atuar na profissão. Será utilizado um racional de campanha que enalteça “o valor de se ter uma carteira profissional em dia”.

Esta campanha, de fim puramente publicitário, contará com as seguintes ações:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Mídia programática;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas;
- Sinalização.

– **CAMPANHAS, ANÚNCIOS E PEÇAS DE OPORTUNIDADE** - Táticas e ações de promoção de projetos do COREN-GO

#### **- Núcleo de Educação - COREN-GO**

Nesta ação, serão desenvolvidas peças publicitárias para divulgação do projeto:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Mídia programática;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- Clube de Benefícios**

Nesta ação, serão desenvolvidas peças publicitárias para divulgação do Clube de Benefícios do COREN-GO:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Produção de peças gráficas;

#### **- Comissões de Ética nas Instituições**

Este projeto estimula a criação das Comissões de Ética nas instituições, com o objetivo maior de conscientização dos profissionais da categoria para a aplicação e cumprimento do Código de Ética dos Profissionais de Enfermagem. Trata-se de função essencialmente educativa junto ao Coren que vem realizando eventos que visem contribuir para o crescimento da categoria, no aspecto técnico e ético visando assegurar uma assistência livre de riscos de infrações éticas provocadas por negligência, imperícia e imprudência na prática profissional, solicitando apoio e encaminhando dúvidas ao Coren-GO sempre que necessário.

Para esta ação, serão desenvolvidas peças publicitárias para divulgação do projeto:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- COREN-GO Junto com Você**

Este projeto leva os serviços do COREN-GO a regiões que não contam com subseção próxima.

Para divulgação do projeto, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- Programa Conexão Educativa**

Este projeto visa apresentar o Coren-GO aos formandos e novos requerentes do registro, e otimizar o processo de inscrição profissional, possibilitando a entrega da carteira já na cerimônia de formatura.

Para divulgação do projeto, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;

- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- Projeto\_SAE e Proc. Enf**

O Projeto de Apoio à Sistematização da Assistência de Enfermagem e Implantação do Processo de Enfermagem, visa contribuir de modo educativo no atendimento às principais diligências encontradas no âmbito da fiscalização do exercício profissional e das demandas de denúncias de irregularidades, quais sejam: imperícia, imprudência e ou negligência.

Para divulgação do programa de apoio à SAE, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- Ações Online (anúncios/banner web);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- Serviços Online**

Divulgação dos serviços remotos do COREN-GO.

Para divulgação dos serviços, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- E-mail marketing para as bases de dados do COREN-GO;
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- Influenciadores da enfermagem;
- Produção de peças gráficas.

#### **- Comunicação digital - Dia a dia-Coren/GO**

O projeto visa a realização de serviços digitais perenes, a serem oferecidos ao longo de todo o ano, garantindo o melhor desempenho de sua comunicação no ambiente digital. Serão divulgadas peças sobre datas especiais, eventos, representações do conselho em reuniões, audiências, aulas, entre outras

**Planejamento de conteúdo:** Estudo de pautas e levantamento de oportunidades de comunicação para a construção de planejamentos de conteúdo mensais, que vão basear toda a produção digital do COREN-GO nas redes sociais e demais canais digitais.

**Conteúdo criativo para redes sociais:** Produção semanal de conteúdos para as redes sociais do COREN-GO, compostos por redações de descrições de posts, roteiros, direcionamentos estratégicos, peças estáticas, GIFs e filmes emotion.

**Monitoramento:** Monitoramento diário de menções em redes sociais para análise da imagem do COREN-GO, a partir da busca de tudo o que é dito associado aos termos COREN-GO e Conselho Regional de Enfermagem do Goiás, bem como a análise qualitativa e quantitativa de uma amostra do total de menções coletadas.

Para realização da ação, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- Conteúdo para Whatsapp, URA e SMS;
- Produção de peças digitais diversas.

**- PodCast – Na Linha de Frente**

O projeto visa a criação e lançamento do Podcast do COREN-GO (Na Linha de Frente), com produção quinzenal divulgado pautas de interessa da profissão, como entrevistas e bate papo com especialistas.

Para realização da ação, serão desenvolvidas peças publicitárias:

- Digital (redes sociais);
- Conteúdo para plataforma de áudio, Whatsapp, URA e SMS;
- Pílulas para mídias digitais;
- Produção de peças digitais diversas.

**7. LEVANTAMENTO DO MERCADO E JUSTIFICATIVA DA ESCOLHA DO TIPO DE SOLUÇÃO A CONTRATAR**

O descritivo da contratação teve como base especificações técnicas realizadas pela Assessoria de Comunicação do COREN-GO. As demandas da contratação serão atendidas por meio do planejamento de ação publicitária para apoiar o COREN-GO na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação.

As tabelas de preços dos veículos de comunicação foram juntadas no processo administrativo da contratação dos serviços. A contratação seguirá integralmente as exigências da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que regulamenta a contratação de serviços de publicidade no âmbito da administração pública, nos termos da Lei nº 12.232/2010, seguindo os regramentos da Lei n. 14.133/2021.

O valor de referência dos anunciantes do poder executivo federal – remuneração de agências de propaganda foi considerada a planilha atualizada em 11 de abril de 2024 (anexo ao processo). Os valores considerados foram do Ministério da Saúde para que fique evidenciado, considerando a área de segmento saúde, o volume de investimento em publicidade.

Assim, conforme tabela abaixo, verifica-se valores de referência de percentual de descontos praticados por entes públicos, a exemplo do Cofen, Coren-SP, Coren-PA e Ministério da Saúde:

Item	Entidade/percentual de desconto			
	COFEN	COREN-SP	COREN-PA	MIN. SAÚDE
Valor do contrato	R\$ 8.600.000,00	R\$ 5.928.000,00	R\$ 3.080.000,00	R\$ 215.000.000,00



<b>Desconto</b> sobre os custos internos dos serviços executados pela agência, baseados na tabela referencial de preços do SINAPRO-GO	50%	50%	50%	0%
<b>Honorários</b> incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas.	15%	9%	10%	1,5%
<b>Honorários</b> incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária.	10%	9%	5%	1,5%
<b>Honorários</b> incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (veículos de comunicação), referentes à produção e à execução técnica de peça publicitária.	15%	10%	10%	20%
<b>Fonte:</b> SECOM-PR – Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República; Coren-SP; Coren-PA; Cofen.				

Tomando por base os percentuais de descontos praticados nos contratos conforme tabela acima e, considerando a necessidade de estabelecer o índice de percentual máximo e mínimo de desconto e honorários das propostas de preços a serem apresentadas pelas agências concorrentes, de forma a justificar adequadamente a limitação para o "desconto de agência" e "honorários sobre produção", em consonância com o previsto na Lei nº 4.680/65, as normas padrão da atividade publicitária e com o artigo 19 da Lei nº 12.232/10, sugerimos que o índice de desconto não seja inferior a 20% e superior a 80% em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás. Assim como, o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à Licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965; o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; e, ainda, que o percentual de honorários não seja superior a 15% incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias. Abaixo apresentamos link editais de referência e consulta anunciantes do poder executivo federal:

<https://www.cofen.gov.br/>

<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/documentos/anunciantes-do-poder-executivo-federal-remuneracao-de-agencias-de-propaganda>

<https://portal.coren-sp.gov.br/licitacoes/concorrenca-no-02-2023-servicos-de-publicidade/>

<https://www.corenpa.org.br/contratacao-de-servicos-de-publicidade-prestados-por-intermedio-de-agencia-de-propaganda/>

## **8. ESTIMATIVAS DE PREÇOS OU PREÇOS REFERENCIAIS**

As estimativas de preço se baseiam em valores de referência com base nas tabelas de preços dos veículos de comunicação (TV, Rádio, mídia exterior, sites, revistas, jornais, redes sociais, etc.) – 2024/2025 e na tabela de preço do Sindicato das Agências de Publicidade do Estado do Goiás - SINAPRO/GO - 2023. Nesse sentido, para fins de valores de referência, conforme planejamento de ação publicitária elaborado pela Ascom/COREN-GO estima-se a contratação no valor na ordem de R\$ 3.045.000,00 (três milhões e quarenta e cinco mil reais).

Tendo em vista que o COREN-GO nunca contratou tais serviços, não será possível utilizar informações de contratações anteriores.

## **9. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO**

A Lei 12.232/2010 considera como “serviços de publicidade 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 a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.”

Essa disposição legal estabelece, portanto, que a agência de publicidade age de duas formas distintas na prestação de serviços de publicidade: a) concebendo, planejando e executando peças e campanhas publicitárias e; b) intermediando a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade. Neste caso, agindo por conta e ordem do cliente (Administração Pública), cf. art. 3º da Lei 4.680.

O parágrafo 1º do art. 2º supracitado, da Lei nº. 12.232/2010, ressalta que como atividades complementares, a agência poderá intermediar a contratação de serviços especializados pertinentes, como planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação, nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.

A agência de publicidade também deverá intermediar a contratação de fornecedores externos de produção de serviços especiais, acompanhando e orientando a execução técnica das peças e projetos publicitários por ela criados.

Cabe ainda à agência a concepção e a execução, ou a intermediação na contratação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Exemplo desse tipo de serviço pode ser dado pela internet e suas diversas formas de desenvolvimento, seja através de sítios na internet, no uso das redes sociais (Facebook, X, Instagram, YouTube) e outros.

A busca por informações de todos os públicos-alvo do COREN-GO exige a contratação de serviços eficientes e com qualidade suficiente para atender a todas as demandas que surjam. Para tanto, deve o COREN-GO escolher o tipo de licitação que atenda a essa finalidade e, ainda, estabelecer parâmetros para selecionar a proposta mais vantajosa do ponto de vista técnico, sem olvidar a busca pelo menor preço possível. Daí a razão de se optar pelo tipo Concorrência do tipo 'Melhor Técnica'.

A opção pelo tipo Melhor Técnica deve-se à natureza predominantemente intelectual do serviço que será prestado e a qualidade almejada pelo Coren que se vê na condição de protagonista e articulador das ações em prol da Enfermagem Goiana.

Por se tratar de serviços especiais será adotada a modalidade licitatória concorrência. É sabido que o sistema [compras.gov.br](http://compras.gov.br), sistema utilizado por este Conselho para realização de suas contratações, não está adequado para a realização de contratações na forma da Lei nº 12.232/2010. Sendo assim, após consulta ao portal de [compras.gov.br](http://compras.gov.br) no dia 10/01/2025 (fl. 260) e a inadequação do portal para realização desta concorrência em sua forma eletrônica, será realizada a concorrência em sua forma presencial.

Além disso, o COREN-GO seguirá as melhores práticas de outros órgãos em contratações na área de comunicação, no segmento da publicidade, que se equivalem no que diz respeito à predominância de serviço intelectual. A exemplo da Secom - Presidência da República, Caixa Econômica Federal, Cofen, Coren-PA, Coren-SP, entre outros. Portanto, além de seguir as melhores práticas, o COREN-GO optará pelo tipo Melhor Técnica em detrimento da Técnica e Preço com o objetivo de se buscar a melhor proposta técnica e, ainda, com o MENOR preço possível.

E isso é possível, pois, como se sabe, enquanto no tipo Técnica e Preço, a conjugação da pontuação técnica (NT) com a de preço (NP) determina o vencedor do certame (NF) que irá praticar o seu preço ofertado, mesmo que ele seja o MAIOR dentre todos os demais licitantes, no tipo Melhor Técnica o órgão licitante tem a prerrogativa de negociar com o licitante melhor pontuado tecnicamente a contratação pelo MENOR preço ofertado, dentre todos os demais licitantes. O tipo Melhor Técnica elimina a possibilidade de um licitante com uma proposta técnica medíocre, mas acima da nota de corte, apresente preços inexequíveis e, com isso, seja declarada vencedora da licitação.

Por fim, registre-se que o dever do COREN-GO é buscar a proposta mais vantajosa, porém não somente sob o ponto de vista econômico, mas como um todo. Neste sentido, a lição do professor Marçal Justen Filho:



*“A vantagem caracteriza-se como adequação e satisfação do interesse coletivo por via da execução do contrato. A maior vantagem possível configura-se pela conjugação de dois aspectos inter-relacionados. Um dos ângulos relaciona-se com a prestação a ser executada por parte da Administração; o outro vincula-se à prestação a cargo do particular. A maior vantagem apresenta-se quando a Administração assumir o dever de realizar a prestação menos onerosa e o particular se obrigar a realizar a melhor e mais completa prestação. Configura-se, portanto, uma relação custo-benefício.” (g.n.)*

E continua:

*“A apuração da vantagem depende da natureza do contrato a ser firmado. A definição dos custos e dos benefícios é variável em função das circunstâncias relativas à natureza do contrato e das prestações dele derivadas. A vantajosidade de uma contratação é um conceito relativo, na acepção de que as circunstâncias é que determinam a consistência da maior vantagem possível.” (g.n.)*

Como se vê, o processo licitatório visa selecionar, dentre os seus participantes, a proposta tecnicamente e financeiramente mais vantajosa. Porém, para que a equação custo-benefício, mencionada pelo I. doutrinador, acima transcrito, seja efetiva é imprescindível que não haja qualquer obstáculo à execução do objeto, por parte da empresa a ser contratada. Ademais, conforme previsto na Instrução Normativa SECOM-PR nº. 01/2023, o serviço de publicidade detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

As ações e serviços constantes no planejamento de ação publicitária serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário. O Briefing foi elaborado em consonância com o modelo disponibilizado pela SECOM-PR, em cumprimento aos dispositivos da IN SECOM-PR nº. 01/2023.

A prestação dos serviços terá duração de 12 meses, de acordo com o Art. 105 da Lei n. 14.133/2021, podendo ser prorrogado por até 10 anos, na forma do Art. 106 e 107 da Lei, se justificado. Caso haja necessidade de prestação continuada dos serviços de publicidade, será devidamente justificada pela Assessoria de Comunicação do Coren-GO, se do interesse do plenário, o que possibilitará a prorrogação do contrato por iguais e sucessivos períodos, nos termos da nova lei de licitações, observando o princípio da economicidade.

#### **10. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO**

Conforme estabelecido na Instrução Normativa SECOM-PR nº. 01/2023, o objeto da licitação será processado de acordo com a modalidade concorrência, adotando-se os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”. De acordo com a norma vigente, o serviço de publicidade detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

#### **11. RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE ECONOMICIDADE E DE MELHOR APROVEITAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS OU FINANCEIROS DISPONÍVEIS**

Com essa contratação acreditamos que haverá otimização das demandas do COREN-GO tendo em vista que vai suprir as necessidades de serviços de publicidade.

**12. PROVIDÊNCIAS PARA ADEQUAÇÃO DO AMBIENTE DO COREN**

Não haverá necessidade de adequação do ambiente na Assessoria de Comunicação do COREN-GO para realização dos serviços, pois os produtos e serviços serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, com atendimento diário.

**13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES**

Não há contratações correlatas ou interdependentes.

**14. DO ACESSO AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NO PRESENTE ESTUDO PRELIMINAR**

Nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, esta Equipe de Planejamento entende que:

As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares **DEVERÃO ESTAR DISPONÍVEIS** para qualquer interessado, pois não se caracterizam como sigilosas.

As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares **ASSUMEM CARÁTER SIGILOSO**, nos termos do Art. 23 da Lei nº 12. 527/2011 e, portanto, deverão ter acesso restrito.

**15. DECLARAÇÃO DA VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO**

Conforme os elementos analisados no presente documento o posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade que se destina, esta Equipe de Planejamento, **DECLARA** que:

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

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

Assim, diante do exposto, entendemos a contratação razoável, bem como necessária, tanto sob a análise da solução adequada quanto pela escolha da modalidade licitatória.

**16. RESPONSABILIDADE DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO PELA ELABORAÇÃO E CONTEÚDO DO DOCUMENTO**

Certificamos que somos responsáveis pela elaboração do presente documento que materializa os Estudos Preliminares da presente contratação e que o mesmo traz os conteúdos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 58/2022 e SEGES/MP nº 05/2017, quando aplicável, e publicações/alterações posteriores.

Com base nos elementos analisados no presente documento, realizados por esta Equipe de Planejamento, **DECLARAMOS** que:



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

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

**De acordo**

**Goiânia, 13 de janeiro de 2025**

<b>Integrante Requisitante / Integrante Técnico I</b>	<b>Integrante Administrativo</b>
Sthefanny Cristhina de Sousa Portaria nº 8306/2024 de 08/01/2024 Coren-GO	Luciana Freire d'Eça N Santos Portaria nº 7367/2023 de 24/03/2023 Coren-GO

**Despacho da Presidente:**

ETP Aprovado

ETP não Aprovado

**Enf. Thaís Luane Pereira de Almeida Prado  
Coren-GO 440.847-ENF  
Presidente**