

NOVA INSTRUÇÃO NORMATIVA – SERVIÇOS DE PROMOÇÃO	
PROPOSTA DE TEXTO	EMBASAMENTO LEGAL
PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA SECRETARIA GERAL SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	–
Disciplina as licitações e os contratos de serviços de promoção dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.	
O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA GERAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, SUBSTITUTO , no uso da competência que lhe conferem o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal e o art. 7º da Lei nº 13.502, de 1º de novembro de 2017, com fundamento no art. 22, inciso XXVII, da Constituição Federal;	Inciso IV do art. 36 e inciso II do art. 38 do Decreto nº 9.038, de 26 de abril de 2017.
RESOLVE:	–
Art. 1º Disciplinar as licitações e os contratos dos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM com empresas de marketing promocional e/ou de live marketing , nos termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e, de forma complementar, da Instrução Normativa do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão - MP nº 05, de 26 de maio de 2017, observadas, por analogia, as regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, no que couber.	Art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993. Instrução Normativa MP nº 05, de 2017. Acórdão nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara.
Parágrafo único. Nas licitações de serviços de promoção das empresas públicas, das sociedades de economia mista e de suas subsidiárias, aplica-se, ainda, o disposto na Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, conforme expressamente previsto em seu art. 28, <i>caput</i> e, subsidiariamente e supletivamente os ditames desta Instrução Normativa.	Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.
CAPÍTULO I DOS CONCEITOS	
Art. 2º Para fins desta Instrução Normativa consideram-se:	–
I - promoção : ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de	Instrução Normativa SECOM nº 1, de 27 de julho

<p>envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, fidelizar segmentos de clientes, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas com marcas, conceitos ou políticas públicas;</p>	<p>de 2017.</p>
<p>II - campanhas promocionais: ações de interação com públicos de interesse, intervenções em locais públicos ou privados, mobilizações de determinados segmentos da sociedade envolvendo, ou não, algum tipo de compensação (real ou simbólica), com o intuito de destacar informação pública relevante, incrementar a percepção relativa à atuação do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, estimular o engajamento ou a adoção de determinado comportamento acerca de um tema ou causa ou mesmo de alavancar a venda de produtos e serviços;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>
<p>III - ações de relacionamento: ações de aproximação que visam estreitar e fortalecer vínculos entre o órgão ou entidade do Poder Executivo Federal e públicos específicos, fidelizar segmentos de clientes com o intuito de promover o diálogo e a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas, diminuir a distância entre a esfera governamental e o cidadão, bem como de alavancar a venda de produtos e serviços, em longo prazo;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>
<p>IV - marketing esportivo: ações voltadas para a promoção da prática de atividades esportivas e para a geração de entretenimento, bem estar e saúde da população. Visam fortalecer a marca do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, agregando atributos positivos relacionados aos valores do esporte, como superação, trabalho em equipe e liderança, além de gerar oportunidades para aproximação com públicos de interesse e para fidelização de segmentos de clientes. Indiretamente contribuem para a geração de riqueza na cadeia do esporte, para a geração de empregos e trazem benefícios diversos para o país;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>
<p>V - marketing cultural: ações voltadas para a promoção de atividades culturais e apoio aos artistas brasileiros, incluindo as artes visuais, musicais, cenográficas e quaisquer outros tipos relacionados à cultura. Visam fortalecer a marca do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal agregando atributos positivos à sua imagem, como o compromisso com a cultura e com os valores nacionais, e geram oportunidades para aproximação com públicos de interesse e para fidelização de segmentos de clientes. Indiretamente contribuem para a geração de riqueza na cadeia cultural, geração de empregos e trazem benefícios diversos para o país;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>
<p>VI - marketing social e ambiental: ações com teor inclusivo e comunitário no âmbito social que visam</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>

<p>apoiar os segmentos menos favorecidos da sociedade, ampliar o acesso a benefícios, disseminar soluções, propagando a obtenção de resultados. Também podem estar associadas à conscientização, orientação e mobilização da sociedade em torno de questões e temáticas ambientais e visam fortalecer a marca do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal agregando atributos positivos à sua marca, relacionados à responsabilidade socioambiental;</p>	
<p>VII - brand experience: ações executadas para proporcionar a um público específico experimentação de uma marca, temática, produto ou serviço. A vivência construída se dá em uma situação controlada, desde o primeiro contato até o seu término, de forma a criar receptividade em relação ao propósito de atuação do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, lembranças positivas na interação com produtos e serviços, ou mesmo conscientização por meio de impactos que demonstrem a gravidade de uma questão relevante para a sociedade;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>
<p>VIII – Campanhas ou programas de incentivo: ações que empregam técnicas de marketing de incentivo para o envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, planejadas e orientadas para motivar servidores, empregados, trabalhadores terceirizados ou de empresas parceiras, individualmente ou em grupo, para a adoção de determinados comportamentos vinculados à sua atividade ou ao seu desempenho, por meio de ações de reconhecimento ou de recompensa.</p>	<p>Conteúdo sugerido pela AMPRO em consulta pública.</p>
<p>IX - empreitada por preço unitário: regime de execução de serviço previsto no art. 6º, inciso VIII, alínea 'b', da Lei nº 8.666, de 1993, por meio do qual se contrata a execução do serviço por preço certo de unidades determinadas;</p>	<p>Exigência do <i>Caput</i> do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, c/c no art. 6º, inciso VIII, alínea 'b', da Lei nº 8.666, de 1993 e art. 10, inciso II, alínea 'b'.</p>
<p>X - serviços continuados: aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade da administração de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional;</p>	<p>Art. 15 Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.</p>
<p>XI - serviços de natureza intelectual: aqueles em que a arte e a racionalidade humana são intrínsecas para a execução plena;</p>	<p>Acórdão nº 2172/2008-TCU-Plenário.</p>
<p>XII - natureza intangível: característica intrínseca dos serviços, por não poderem ser tocados ou experimentados antes de produzidos e por não possuírem formato físico;</p>	<p>Conteúdo acadêmico.</p>

XIII - natureza indivisível : característica das contratações cujo objeto não é suscetível à divisão, dada à dinâmica estratégica da prestação do serviço no decorrer da execução contratual, por motivos de ordem técnica, econômica ou razão determinante de negócio jurídico;	Característica vinculada à natureza intelectual e estratégica da prestação do serviço.
XIV - bens e serviços comuns : aqueles que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão, em sua contratação;	Acórdão nº 1074/2017-TCU, COFEN.
XV - produtos e serviços essenciais : aqueles que contemplam o conhecimento ou competência básica da contratada na execução do objeto do contrato, cujos itens deverão ser previamente especificados e precificados pelo contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, como forma de adotar-se unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para pagamento da contratada; e	Modelos SECOM.
XVI - produtos e serviços complementares : contemplam os itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela contratada, nem de previsão pelo contratante, mas indispensáveis para a adequada execução contratual, a serem prestados por fornecedores especializados com a intermediação e supervisão da contratada, cujas categorias são previamente estabelecidas pelo contratante.	Modelos SECOM.
CAPÍTULO II DA LICITAÇÃO	
Seção I Das disposições gerais	
Art. 3º Os serviços de promoção serão contratados com empresas que sejam estabelecidas no país e estejam devidamente cadastradas, com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e que satisfaçam as condições e disposições estabelecidas no edital.	Inciso VI do Art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993.
§1º O contratante poderá instituir processo licitatório que preveja a adjudicação do objeto a mais de uma empresa, no mesmo certame, sem a segregação em itens, decisão que deve ser fundamentada nos autos do procedimento licitatório.	Acórdão nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara. Contribuição AMPRO no âmbito da Consulta Pública
§2º Nesses casos, as contratadas atuarão de acordo com solicitação do contratante e não terão	Em analogia às regras aplicadas nos contratos de

garantia de faturamento mínimo sobre o valor contratual nem, particularmente, exclusividade em relação a nenhuma das ações de comunicação objeto da contratação, as quais serão executadas indistintamente e independentemente da classificação das contratadas no certame.	serviços de publicidade. Contribuição AMPRO no âmbito da Consulta Pública
Art. 4º A licitação será processada de acordo com as modalidades concorrência, tomada de preços ou convite, conforme o art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, adotando-se os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.	Arts. 22 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993. Em analogia com o art. 5º da Lei nº 12.232, de 2010.
Parágrafo único. A escolha da modalidade licitatória poderá ser feita em razão do valor estimado para o certame, nos termos dos arts. 23, 39 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993.	Arts. 23, 39 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993.
Art. 5º O serviço de promoção, <i>a priori</i> , detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.	Acórdão nº 2172/2008-TCU-Plenário. Sugestão de redação da SAJ relativa à atualização da Instrução Normativa SECOM nº 4, de 2010.
Parágrafo único. A natureza intelectual e indivisível do objeto da contratação dos serviços de promoção deverá ser devidamente justificada pelo contratante, com base nas suas necessidades e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual.	Acórdão nº 1074/2017-TCU, COFEN.
Art. 6º A prestação de serviços de promoção terá duração de 12 (doze) meses, de acordo com o art. 57, <i>caput</i> , da Lei nº 8.666, de 1993.	Art. 40, VI, Lei nº 8.666, de 1993. Em analogia com o Acórdão nº 2062/2006-TCU e Lei nº 12.232, de 2010.
§1º A necessidade da prestação continuada dos serviços de promoção deverá ser devidamente justificada pelo contratante, o que possibilitará a prorrogação dos contratos por iguais e sucessivos períodos, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993.	Art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993.
§2º A justificativa mencionada no parágrafo anterior deverá ser realizada por apontamento de forma a embasar a necessidade permanente da administração e a observância do princípio da economicidade, considerado o histórico do contratante em relação ao serviço de promoção .	Art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993.
Art. 7º A execução contratual deverá ser realizada mediante demanda do contratante, nos termos de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.	Exigência do <i>Caput</i> do Art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, <i>c/c</i> art. 6º, inciso VIII, alínea ‘b’, da Lei nº

	8.666, de 1993, e art. 10, inciso II, alínea 'b'.
Art. 8º Considerada a natureza intangível do serviço a ser contratado e não completamente previsível pela administração, o órgão ou entidade deverá adotar unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para subsidiar o pagamento da contratada, afastada a remuneração da empresa com base na quantidade de horas de serviço ou por postos de trabalho.	Acórdãos nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara e nº 1432/2017-TCU.
Seção II Dos critérios de escolha do tipo de licitação	
Art. 9º A escolha do tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” pelo órgão ou entidade contratante deverá objetivar, obrigatoriamente, a identificação da licitante que reúna, de fato e de direito, os atributos que a configurem como a proposta mais vantajosa para a administração, com base nos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.	Arts. 37 e 70 da Constituição Federal/1988.
Parágrafo único. Os princípios constitucionais supracitados estão intrinsecamente relacionados a uma avaliação econômico-financeira dos atos administrativos, dos quais resultem em despesas públicas, e consideram a adequação do binômio custo-benefício, ou seja, a equivalência entre a qualidade dos serviços demandados e recebidos, com vistas a atender às necessidades da administração, e o preço incorrido por esses serviços.	Arts. 37 e 70 da Constituição Federal/1988.
Art. 10. Nas contratações de serviços de promoção , o órgão ou entidade contratante deverá buscar a contratação de uma empresa suficientemente qualificada, detentora de domínio técnico restrito, porém não exclusivo, para atender às suas necessidades, por meio da adoção de um preço justo, consideradas as particularidades de sua atuação.	Proposta SECOM.
Art. 11. Na escolha do tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” o contratante deverá considerar o valor estimado para a contratação, em analogia aos arts. 23 e 39 da Lei nº 8.666, de 1993, e observar as seguintes orientações:	Em analogia aos arts. 23 e 39 da Lei nº 8.666/1993.
I – poderá ser adotado o tipo de licitação “técnica e preço” se a adequada execução contratual exigir nível básico de qualificação técnica da empresa a ser contratada, a ser verificado na identificação da proposta mais vantajosa para a administração; e	Proposta SECOM.
II – deverá ser adotado o tipo de licitação “melhor técnica” se o nível de qualificação técnica da	Proposta SECOM.

empresa a ser contratada for requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração.	
Parágrafo único. Entende-se que a contratação com valor igual ou superior a 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea 'c' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1983, alinha-se ao inciso II deste artigo.	Proposta SECOM.
Seção III Dos modelos de edital	
Art. 12. A SECOM dará consultoria nos termos do art. 38, inciso IV, do Anexo V, do Decreto nº 9.038, de 26 de abril de 2017, e disponibilizará modelos de edital para contratação de serviços de promoção aos órgãos e entidades do SICOM.	Inciso II do Art. 38 do Decreto nº 9.038, de 2017.
§1º Os modelos de edital da SECOM adotam a modalidade “concorrência” e os tipos “melhor técnica” e “técnica e preço”, com base no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, e deverão ser adequados pelo órgão e entidade de acordo com as suas especificidades.	Em analogia com o Art. 5º da Lei nº 12.232, de 2010.
§2º A opção pelo tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” é uma discricionariedade do contratante, que deverá justificar e fundamentar a sua escolha e utilizar o respectivo modelo de edital disponibilizado pela SECOM ou pela Advocacia-Geral da União, conforme as características do tipo de sua contratação.	Em analogia com o Art. 5º da Lei nº 12.232, de 2010.
§3º Os modelos de edital da SECOM estão disponibilizados em sua página na internet e poderão ser atualizados, sempre que necessário, com base nas ocorrências das licitações do SICOM e nos dispositivos legais relativos à matéria.	Competências DENOR.
Seção IV Do objeto	
Art. 13. O edital de licitação para a contratação de serviços de promoção terá como objeto as seguintes atividades pertinentes aos conceitos definidos nos incisos de I a VIII do art. 2º desta Instrução Normativa:	Instrução Normativa SECOM nº 1, de 2017.
I - prospecção, planejamento, desenvolvimento, formatação, organização e coordenação de ações promocionais do órgão/entidade, direcionadas ao público interno e externo, em território nacional	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.

<p>e/ou internacional;</p> <p>II - criação e execução técnica de ações e/ou materiais promocionais, no âmbito do contrato; e</p> <p>III - criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de ação promocional, destinadas a expandir os efeitos das ações do órgão/entidade junto a públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p>	
<p>§1º Não será permitida a inclusão de produtos e serviços de natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação promocional, sendo vedada a licitação com objetos múltiplos.</p>	CPI dos Correios.
<p>§2º Para prestação de produtos e serviços essenciais não será permitida a subcontratação pela contratada de fornecedores especializados.</p>	CPI dos Correios.
<p>§3º Para prestação de produtos e serviços complementares será permitida a contratação de fornecedores especializados, nos termos e parâmetros previamente estabelecidos pelo edital.</p>	Modelos SECOM.
<p>Seção V</p> <p>Das características dos produtos e serviços</p>	
<p>Art. 14. A adoção de unidades de medida prevista no art. 8º desta Instrução Normativa se dará por meio do estabelecimento pelo contratante de catálogo dos produtos e serviços essenciais à execução do objeto do contrato.</p>	Modelos SECOM.
<p>Art. 15. Os itens constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais deverão ser estrategicamente combinados pela contratada no decorrer da execução contratual, com vistas a formatar a melhor solução promocional para superar os desafios no atingimento dos objetivos de comunicação do contratante, dada a natureza intelectual do serviço.</p>	Modelos SECOM.
<p>§1º Nos casos de contratação isolada de itens específicos do catálogo de produtos e serviços essenciais, que tenham predominância operacional em sua execução, ficará descaracterizada a natureza intelectual da prestação, pontual ou continuada, do serviço.</p>	Acórdão nº 1074/2017-TCU, COFEN.
<p>§2º Na ocorrência da contratação prevista no parágrafo anterior, o contratante poderá adotar a modalidade pregão, em decorrência da abrangência restrita da atuação da contratada.</p>	Acórdão nº 1074/2017-TCU, COFEN.

<p>Art. 16. O catálogo de produtos e serviços essenciais deverá contemplar as especificações técnicas de cada item, com os respectivos preços unitários máximos e as quantidades estimadas de execução, de acordo com o perfil de atuação do contratante, devendo ser observadas as orientações relativas à matéria dispostas na Instrução Normativa do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - MP nº 5, de 26 de maio de 2017, relativas à matéria.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.</p>
<p>Art. 17. A especificação técnica dos produtos e serviços essenciais deverá conter as seguintes informações:</p> <p>I - título;</p> <p>II - descritivo;</p> <p>III - entregas;</p> <p>IV - aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;</p> <p>V - prazo de entrega; e</p> <p>VI - outras informações que possam melhor caracterizá-los.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.</p>
<p>§1º As especificações constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais poderão ser aperfeiçoadas pelo contratante no decorrer da execução contratual, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento com as práticas vivenciadas, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>§2º O aperfeiçoamento das especificações realizado pelos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal ou quaisquer impugnações relativas ao edital ou ao certame deverão ser encaminhados à área de normas da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, nos termos do art. 38, inciso IV, do Decreto nº 9.038/2017, para o e-mail secom.editais@presidencia.gov.br, com vistas a subsidiar o aprimoramento do modelo de edital para contratação de serviços de promoção, disponibilizado pela SECOM.</p>	<p>Competências DENOR.</p>
<p>Art. 18. Para estabelecer os preços unitários máximos dos produtos e serviços essenciais, no âmbito do certame, o contratante deverá realizar pesquisa de preços junto ao mercado, por meio do envio da cópia do projeto básico referente ao objeto a ser licitado, de modo a propiciar a adequada cotação.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.</p>
<p>§1º As cotações encaminhadas ao contratante pelas empresas consultadas deverão estar datadas,</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.</p>

assinadas e rubricadas em todas as folhas, para composição do processo licitatório.	
§2º Para subsidiar a análise dos orçamentos cotados, o contratante deverá buscar, sempre que possível, as referências dos preços praticados pela Administração Pública em relação aos produtos e serviços essenciais.	Modelos SECOM.
Art. 19. As quantidades da execução dos produtos e serviços essenciais deverão ser estimadas com base no histórico de atuação e nas necessidades do contratante e poderão ser readequadas no decorrer da execução contratual, por apostilamento, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.	Art. 7º, §2º, II c/c 40, §2º, II, e 65, §8º, da Lei nº 8.666, de 1993; art. 24, IV; 47, I, e Anexo V, subitem 2.6, alínea 'd' e 2.9, alínea 'b', da IN SEGES/MP nº 05/2017.
Parágrafo único. A justificativa referida no artigo anterior pressupõe análise relativa à adequação, à necessidade e à proporcionalidade por parte do contratante, com vistas a observar o princípio da eficiência e do planejamento, nos termos do art. 37 da Constituição Federal e do art. 6º do Decreto Lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967.	Art. 37 da Constituição Federal e do art. 6º do Decreto Lei nº 200, de 1967.
Art. 20. O contratante poderá prever a possibilidade de execução de item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais, decorrentes de formas inovadoras de ação promocional destinadas a expandir os efeitos de sua atuação junto aos seus públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias, desde que este guarde compatibilidade com o objeto contratual.	Modelos SECOM.
§1º Nesses casos, a contratada deverá apresentar uma justificativa relativa à relevância e à necessidade do item no contexto da solução promocional proposta, suas especificações técnicas, observado o art. 17 desta Instrução Normativa, e estimativa de custos acompanhada do orçamento da contratada, mais 2 (dois) orçamentos do mercado.	Modelos SECOM.
§2º A partir dessas informações, a proposta deverá ser avaliada pelo contratante que, para a aprovação dos custos, poderá verificar, a qualquer tempo e a seu juízo, a adequação dos preços da contratada em relação aos do mercado e aos praticados pela Administração Pública.	Modelos SECOM.
§3º Após a aprovação pelo contratante, o item não previsto poderá passar a integrar o catálogo de produtos e serviços essenciais, se for o caso.	Modelos SECOM.
§4º O contratante deverá estabelecer um percentual máximo como forma de limitar o valor contratual destinado para pagamento de itens não previstos no catálogo de produtos e serviços essenciais, se for	Vedação de contratações com objetos indeterminados.

o caso, observado o parágrafo único do art. 29 desta Instrução Normativa.	
Art. 21. O edital poderá prever a possibilidade de execução de produtos e serviços complementares, cujas categorias estarão previamente estabelecidas no instrumento convocatório.	Modelos SECOM.
§1º Nesses casos, a contratada deverá apresentar uma justificativa acompanhada das especificações técnicas e da estimativa de custos com 3 (três) orçamentos de fornecedores especializados, para aprovação do contratante que poderá verificar a adequação desses orçamentos com as práticas do mercado e da Administração Pública, sempre que possível.	Modelos SECOM.
§2º As categorias dos produtos e serviços complementares a serem prestados por fornecedores especializados, previstas pelo contratante no edital, não esgotam a contratação dos componentes indispensáveis para a perfeita execução contratual e poderão ser ajustadas, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.	Modelos SECOM.
Art. 22. A execução técnica dos produtos e serviços complementares se dará por ordem e conta do contratante.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
Parágrafo único. O catálogo de produtos e serviços essenciais, com as especificações técnicas dos itens, os preços máximos a serem aceitos no âmbito do certame e as estimativas anuais de execução, bem como as categorias dos produtos e serviços complementares, se for o caso, deverão ser contemplados no projeto básico do edital.	Modelos SECOM.
Seção VI Da proposta técnica	
Art. 23. Os conteúdos a serem apresentados pelas licitantes em cada quesito e subquesito que compõem a proposta técnica e os atributos a serem considerados no julgamento técnico, com os parâmetros de pontuação, estão dispostos no Anexo II desta Instrução Normativa.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010 e Acórdão nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara.
§1º Os critérios de pontuação para o julgamento da proposta técnica deverão ser fixados pelo contratante em função das particularidades de sua atuação e das informações integrantes do <i>briefing</i> , observado o modelo disposto no Anexo I desta Instrução Normativa.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010 e Acórdão nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara.
Art. 24. As licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de	Modelos SECOM.

comunicação estabelecidos pelo contratante no <i>briefing</i> e deverão considerar os itens constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais e, se for o caso, as categorias de produtos e serviços complementares, constantes do projeto básico do edital.	
Art. 25. O julgamento do quesito referente ao plano de ação promocional, bem como dos seus respectivos subquesitos, deverá ser realizado com base em proposta com autoria não identificada.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010 e Acórdão nº 6227/2016-TCU-2ª Câmara.
Seção VII Da proposta de preços	
Art. 26. A proposta de preços deverá ser constituída dos seguintes quesitos:	Modelos SECOM.
I – o percentual de desconto a ser concedido ao contratante, que incidirá de forma linear sobre os preços máximos estabelecidos no edital para os produtos e serviços essenciais envolvidos na execução contratual;	Modelos SECOM.
II – o percentual de honorários que incidirá sobre os preços dos produtos e serviços complementares, se for o caso, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da licitante; e	Modelos SECOM.
III - o percentual de taxa de administração que incidirá sobre os preços dos produtos e serviços complementares, se for o caso, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da licitante.	Modelos SECOM.
Art. 27. Os critérios de apresentação e julgamento da proposta de preços deverão ser fixados pelo contratante em função das especificidades do seu perfil de atuação.	Modelos SECOM.
Seção VIII Do edital	
Art. 28. A elaboração do edital obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, da Instrução Normativa MP nº 5, de 2017, e de forma complementar, por analogia, das regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 2010, aplicáveis, no que couber, a cada objeto.	Art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993. Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.

<p>Art. 29. O edital deverá dispor sobre:</p> <p>I - a possibilidade de execução de item <u>não</u> previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais;</p> <p>II - a possibilidade de execução de produtos e serviços complementares;</p> <p>III – as regras e condições para reembolso à contratada de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço;</p> <p>IV – as regras e condições para reembolso à contratada de despesas com licenças, seguros, alvarás e taxas de serviços públicos, necessárias à realização das ações; e</p> <p>V - o limite máximo do investimento, na forma de percentual incidente sobre o valor contratual, destinado ao pagamento das despesas previstas nos incisos I e III, acima dispostos, conforme o caso.</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>Parágrafo único. O limite máximo disposto no inciso V do artigo anterior não poderá exceder o percentual de 15% (quinze por cento) do valor contratual, observadas as particularidades de cada contratação.</p>	<p>Vedação de contratações com objetos indeterminados.</p>
<p>Art. 30. O julgamento das propostas técnicas e de preços, bem como o julgamento final do certame será efetuado com base nos mecanismos especificados no instrumento convocatório, de acordo com o tipo de licitação, “melhor técnica” ou “técnica e preço”, observado o art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.</p>	<p>Art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.</p>
<p>Art. 31. O edital deverá, ainda, prever critérios objetivos e automáticos para identificação/definição da licitante vencedora, contemplando regras claras para os casos de empate no julgamento das propostas técnicas e de preços, bem como no julgamento final do certame, de acordo com o tipo de licitação escolhido pelo contratante - “melhor técnica” ou “técnica e preço”.</p>	<p>Art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.</p>
<p>Subseção I</p> <p>Das disposições sobre a proposta técnica</p>	
<p>Art. 32. O edital determinará que:</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>I - o plano de ação promocional será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>II - será vedada a oposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de ação promocional,</p>	<p>Modelos SECOM.</p>

de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;	
III - será vedada a oposição no invólucro referente à capacidade de atendimento e aos relatos de soluções promocionais , assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do plano de ação promocional , que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;	Modelos SECOM.
IV - será desclassificada a licitante que descumprir o disposto nos incisos I, II e III deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório;	Modelos SECOM.
V - será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos incisos I, II e III deste artigo, cuja planilha ficará acondicionada em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que se expire o prazo para recurso;	Modelos SECOM.
VI - a subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos dispostos no instrumento convocatório;	Modelos SECOM.
VII - no caso do inciso VI deste artigo, se persistir a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os autores das pontuações deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação;	Modelos SECOM.
VIII - a proposta técnica será apresentada em 3 (três) invólucros distintos, sendo um destinado para a via não identificada do plano de ação promocional , um para a via identificada do plano de ação promocional e outro para o conjunto formado pela capacidade de atendimento e pelos relatos de soluções promocionais , que deverá estar devidamente identificado;	Modelos SECOM.
IX - o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de ação promocional será padronizado e fornecido pelo contratante responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação;	Modelos SECOM.

<p>X - a comissão especial de licitação não receberá nenhum dos invólucros com as propostas técnica e de preços, se o invólucro com a via não identificada do plano de ação promocional contiver informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou, ainda, se estiver danificado ou deformado pelos materiais e demais documentos nele acondicionados;</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XI - a via identificada do plano de ação promocional terá o mesmo teor da via não identificada, com vistas a proporcionar a correlação segura de sua autoria, podendo o edital estabelecer quais conteúdos não deverão ser apresentados nessa via;</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XII - os conteúdos do plano de ação promocional deverão ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se às dimensões do invólucro fornecido pelo contratante;</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XIII - deverá constar do plano de implementação um resumo geral com informações sobre, pelo menos:</p> <p>a) cronograma de desenvolvimento das soluções promocionais propostas; e</p> <p>b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais promocionais constantes da proposta.</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XIV - As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do inciso anterior, com base:</p> <p>a) na verba referencial para investimento, estabelecida no briefing;</p> <p>b) nos valores cheios dos preços unitários máximos dos produtos e serviços essenciais previstos no edital; e</p> <p>c) nos preços de mercado à época da licitação, relativos aos produtos e serviços complementares a serem realizados por fornecedores especializados, caso previstos no edital, desconsiderados os honorários de remuneração.</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XV - cada relato de soluções promocionais deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente; e</p>	<p>Modelos SECOM.</p>
<p>XVI - os relatos de soluções promocionais não poderão referir-se a demandas anteriores do contratante responsável pela licitação.</p>	<p>Modelos SECOM.</p>

§1º Outras exigências poderão ser determinadas no edital, desde que não haja a imposição de regras que possam restringir o universo de potenciais concorrentes ou o caráter competitivo da licitação.	Modelos SECOM.
§2º As informações necessárias e suficientes para que os interessados elaborem suas propostas de plano de ação promocional deverão estar estabelecidas no briefing, que constituirá anexo do edital.	Modelos SECOM.
Art. 33. O edital ainda conterà:	Modelos SECOM.
I - os conteúdos dos quesitos e subquesitos a serem apresentados pelas licitantes na proposta técnica;	Modelos SECOM.
II - as formas, formatos e condições para apresentação de ações e/ou materiais promocionais, as informações e os documentos dos quesitos e subquesitos da proposta técnica; e	Modelos SECOM.
III - os atributos a serem considerados no julgamento de cada quesito e subquesito e as respectivas pontuações máximas a serem observadas pela subcomissão técnica no julgamento técnico.	Modelos SECOM.
Parágrafo único. O estabelecimento das condições de apresentação dos quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica deverá ser precedido de cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame, observado o princípio da isonomia que visa garantir a igualdade de condições das licitantes no certame.	Modelos SECOM.
Subseção II Das disposições sobre a proposta de preços	
Art. 34. No tocante à proposta de preços, o edital estabelecerá:	Modelos SECOM.
I - que o pagamento da contratada será efetuado com base na tabela de preços dos produtos e serviços essenciais, resultante da aplicação linear do percentual de desconto constante da proposta vencedora no certame, sobre os preços máximos estabelecidos no edital, pelo contratante;	Modelos SECOM.
II – que haverá remuneração da contratada por meio de honorários <u>ou</u> taxa de administração, pela intermediação e supervisão da execução de produtos e serviços complementares prestados por fornecedores especializados, se for o caso; e	Modelos SECOM.
III - que haverá reembolso à contratada das despesas com licenças, seguros, alvarás e taxas de serviços	

públicos, necessárias à realização das ações promocionais; e	
IV – se haverá reembolso à contratada das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.	Modelos SECOM.
Parágrafo único. O contratante deverá estabelecer no edital as situações em que haverá a remuneração da contratada por honorários <u>ou</u> por taxa de administração.	Modelos SECOM.
Subseção III Da habilitação	
Art. 35. No tocante à habilitação, o edital determinará que:	Lei nº 8.666, de 1993.
I - os documentos de habilitação serão apresentados por todas as licitantes, antes do julgamento das propostas técnica e de preços;	Lei nº 8.666, de 1993.
II - a comissão especial de licitação tomará as seguintes providências: a) recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no edital; e b) decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993.	Lei nº 8.666, de 1993.
III - reconhecida a habilitação das licitantes, na forma da alínea 'b' do inciso II deste artigo, serão iniciados os procedimentos de julgamento das propostas técnicas das licitantes habilitadas e, posterior julgamento das propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento técnico.	Lei nº 8.666, de 1993.
Subseção IV Do processamento e julgamento da licitação	
Art. 36. A licitação será processada e julgada por comissão especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
Art. 37. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos seguintes procedimentos mínimos:	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.

<p>I - apresentação à comissão especial, pelas licitantes e em sessão pública, de 5 (cinco) invólucros contendo:</p> <p>a) os documentos de habilitação;</p> <p>b) as propostas técnicas, em 3 (três) invólucros distintos: um com a via não identificada do plano de ação promocional, um com a via identificada do plano de ação promocional e outro com a capacidade de atendimento e os relatos de soluções promocionais; e</p> <p>c) as propostas de preços.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>II - exame da conformidade dos invólucros com os critérios estabelecidos no edital para sua apresentação;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>III – abertura dos invólucros e análise dos documentos de habilitação pela comissão especial de licitação, que decidirá sobre o atendimento dos requisitos fixados no edital e abertura de prazo para eventuais recursos;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>IV - retirada dos documentos do invólucro contendo a via não identificada do plano de ação promocional e abertura do invólucro contendo a capacidade de atendimento e os relatos de soluções promocionais integrantes da proposta técnica;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>V - rubrica dos documentos que constituem os conteúdos dos invólucros mencionados no inciso IV deste artigo e fechamento dos invólucros;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>VI - rubrica no fecho do invólucro com a via identificada do plano de ação promocional e do invólucro com a proposta de preços;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>VII - encaminhamento dos invólucros contendo as vias não identificadas dos planos de ação promocional à subcomissão técnica, acompanhados dos questionamentos relacionados aos conteúdos dispostos no edital relativos aos quesitos e subquesitos da proposta técnica e respectivas respostas, se for o caso, sem identificação de autoria;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>VIII - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, das vias não identificadas dos planos de ação promocional, elaboração da ata de julgamento e devolução à comissão especial de licitação desses invólucros acompanhados da planilha com as pontuações e justificativas escritas das</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>

razões que as fundamentaram em cada caso;	
IX - encaminhamento dos invólucros com a capacidade de atendimento e os relatos de soluções promocionais à subcomissão técnica;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
X - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, da capacidade de atendimento e dos relatos de soluções promocionais , elaboração da ata de julgamento e devolução à comissão especial de licitação desses invólucros acompanhados da planilha com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
XI - convocação das licitantes para sessão pública de abertura dos invólucros contendo a via identificada do plano de ação promocional ; cotejo com as vias apócrifas para identificação de autoria, elaboração de planilha geral das pontuações atribuídas ao plano de ação promocional de cada licitante e, separadamente, aos demais quesitos da proposta técnica; e proclamação do resultado do julgamento técnico;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
XII - publicação do resultado do julgamento técnico, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação, e abertura de prazo para eventuais recursos;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
XIII - convocação das licitantes classificadas no julgamento técnico para a sessão pública de abertura dos invólucros, análise e julgamento das propostas de preços;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
XIV - adoção dos procedimentos estipulados no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, para as licitações do tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”, conforme o caso;	Art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.
XV – adoção das regras estabelecidas no edital para identificação/definição da proposta vencedora, nos casos de empate, de acordo com o tipo de licitação escolhido pelo contratante - “melhor técnica” ou “técnica e preço”;	Art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.
XVI - publicação do resultado do julgamento das propostas de preços e do julgamento final das propostas técnicas e de preços e abertura de prazo para eventuais recursos; e	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
XVII - homologação do certame e adjudicação do objeto.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§1º A comissão especial de licitação poderá imputar multa compensatória, desde que prevista no	Lei nº 8.666, de 1993.

edital, à licitante vencedora por recusa injustificada em assinar o contrato no prazo estipulado.	
§2º A comissão especial de licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de ação promocional.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§3º A comissão especial de licitação, antes do procedimento previsto no inciso VI deste artigo, deverá adotar medidas para evitar que seus membros e os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do plano de ação promocional.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§4º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§5º As planilhas previstas nos incisos VIII e X deste artigo conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da subcomissão técnica para cada quesito e subquesito da proposta técnica de cada licitante.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
Art. 38. Os membros da comissão especial de licitação guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.	Modelos SECOM.
§1º Os membros da comissão especial de licitação deverão assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório.	Modelos SECOM.
§2º Os membros da comissão especial de licitação serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993, no que couber.	Capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993.
Subseção V Da subcomissão técnica	
Art. 39. A composição e a constituição da subcomissão técnica obedecerão, preferencialmente, aos seguintes critérios e procedimentos:	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.

<p>I - a subcomissão será composta por pelo menos 3 (três) membros com formação acadêmica ou experiência profissional em áreas conexas ao objeto da contratação, sendo verificada pela comissão especial de licitação a comprovação desses requisitos de qualificação, antes do procedimento previsto no inciso III;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010. Modelos SECOM.</p>
<p>II - pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o contratante responsável pela licitação;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>III - a escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de membros que integrarão a subcomissão, previamente cadastrados pelo contratante responsável pela licitação;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>IV - os nomes remanescentes da relação após sorteio dos membros da subcomissão técnica poderão ser todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares;</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>V - a relação dos nomes indicados para o sorteio da subcomissão técnica deverá ser publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio; e</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>VI - o sorteio deverá ser processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o contratante responsável pela licitação, nos termos do inciso II deste artigo.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>§1º Os nomes dos potenciais membros da subcomissão técnica integrarão a relação prevista no inciso III deste artigo, que deverá conter, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o contratante responsável pela licitação.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>§2º Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o §1º deste artigo, mediante a apresentação de justificativa para a exclusão.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>
<p>§3º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.</p>

§4º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§5º Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no inciso III deste artigo.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§6º Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§7º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no inciso V deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
§8º Quando a licitação for processada sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação ou marketing.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
Art. 40. Os membros da subcomissão técnica guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.	Modelos SECOM.
§1º Os membros da subcomissão técnica deverão assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório.	Modelos SECOM.
§2º Os membros da subcomissão técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993, no que couber.	Capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993.
CAPÍTULO III DOS CONTRATOS	

Seção I	
Das disposições gerais	
Art. 41. A definição do objeto e das cláusulas do contrato dos serviços de promoção previstos nesta Instrução Normativa dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório.	Lei nº 8.666, de 1993.
Art. 42. O contrato vedará, na execução do seu objeto, a subcontratação pela contratada de fornecedores especializados para a execução dos produtos e serviços essenciais.	Lei nº 8.666, de 1993.
Art. 43. O contrato poderá prever a contratação de fornecedores especializados apenas para execução de produtos e serviços complementares.	Modelos SECOM.
Seção II	
Da execução do contrato	
Art. 44. A execução do contrato dos serviços de promoção previstos nesta Instrução Normativa, prestados por intermédio de empresa especializada, dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
Art. 45. Os produtos e serviços deverão ser demandados pelo contratante via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.	Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017.
Parágrafo único. O contratante deverá detalhar, em manual de procedimentos, o processo de execução contratual e de demandas por Ordem de Serviço.	Modelos SECOM.
Art. 46. A contratada deverá obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços objeto da contratação e que poderão, excepcionalmente, ser alocados nas dependências do contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.	Modelos SECOM.
§1º Nesses casos, o contratante deverá especificar no projeto básico os produtos e serviços a serem prestados em suas dependências, em razão da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo, não passível de ser prestado à distância pela contratada.	Modelos SECOM.

§2º Para esses produtos e serviços a serem prestados nas dependências do contratante, deverão ser estabelecidas especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.	Modelos SECOM.
§3º O contratante deverá prover infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.	Modelos SECOM.
Art. 47. A contratada deverá prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro ou fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.	Modelos SECOM.
Art. 48. A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o contratante.	Modelos SECOM.
Art. 49. Na execução de item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais, se disposto no edital, a contratada deverá apresentar estimativa de custos, acompanhada do seu orçamento mais 2 (dois) orçamentos do mercado e, nos casos em que não seja possível a apresentação dos orçamentos do mercado, submeter justificativa para apreciação e decisão do contratante.	Modelos SECOM.
§1º Deverão ser apresentadas cotações originais, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável.	Modelos SECOM.
§2º Para aprovação do orçamento da contratada, o contratante verificará a adequação dos seus preços em relação aos do mercado e aos praticados pela Administração Pública.	Modelos SECOM.
Art. 50. Quando houver previsão da execução de produtos e serviços complementares prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da contratada, deverão ser observadas as seguintes condições:	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
I - fazer cotações prévias de preços para todos os produtos ou serviços complementares a serem prestados por fornecedores especializados;	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.
II - apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados no mercado do ramo do fornecimento pretendido e, nos casos em que não seja possível a apresentação de 3 (três) orçamentos, submeter	Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010.

justificativa para apreciação e decisão do contratante;	
III - exigir do fornecedor especializado que constem da cotação os preços unitários e o total, além do detalhamento de suas especificações;	Modelos SECOM.
IV – exigir cotações originais, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável.	Modelos SECOM.
§1º Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.	Modelos SECOM.
§2º O contratante poderá proceder, a qualquer tempo e a seu juízo, consulta junto ao mercado para verificação dos orçamentos apresentados pela contratada.	Modelos SECOM.
§3º Pertencem ao contratante todas as vantagens obtidas em negociações com fornecedores especializados na contratação de produtos e serviços complementares, se for o caso.	Em analogia com o parágrafo único do art. 15 da Lei nº 12.232, de 2010.
Art. 51. Quando previsto o reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, a contratada deverá prover os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada pelo contratante, mediante prestação de contas e relatório de viagem.	Modelos SECOM.
§1º Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo contratante.	Modelos SECOM.
§2º As despesas relativas à hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento deverão ser reembolsadas pelo contratante por meio de pagamento de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.	Modelos SECOM.
§3º No reembolso de despesas com licenças, seguros, alvarás e taxas de serviços públicos, necessários à realização das ações, o contratante deverá exigir da contratada os comprovantes, recibos ou apólices relacionados aos pagamentos efetuados.	Modelos SECOM.

<p>Art. 52. A vigência dos contratos poderá ser prorrogada na forma da legislação que trata das licitações e contratos administrativos, desde que expressamente prevista no instrumento convocatório e no contrato.</p>	<p>Em analogia com a Lei nº 12.232, de 2010. Art. 57, inciso II, Lei nº 8.666, de 1993.</p>
<p>§1º Para a prorrogação do contrato, o contratante deverá realizar nova pesquisa de preços no mercado para subsidiar renegociação dos preços praticados com a contratada, em decorrência do certame, com vistas a obter maior vantajosidade para a administração.</p>	<p>Em analogia ao Acórdão nº 2158/2017-TCU, Plenário.</p>
<p>§2º O contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão, por termo aditivo, dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado.</p>	<p>Em analogia ao Acórdão nº 2158/2017-TCU, Plenário.</p>
<p>Seção III Da fiscalização dos contratos</p>	
<p>Art. 53. O contratante nomeará gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 05, de 26 de maio de 2017.</p>
<p>Art. 54. As ocorrências acerca da execução contratual deverão ser registradas durante toda a vigência da prestação dos serviços, cabendo ao gestor e fiscal, observadas suas atribuições, a adoção das providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 05, de 2017.</p>
<p>Art. 55. As situações que exigirem decisões e providências que ultrapassem a competência do fiscal deverão ser registradas e encaminhadas ao gestor do contrato que as enviará ao superior em tempo hábil para a adoção de medidas saneadoras e sanções administrativas especificadas no contrato.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 05, de 2017.</p>
<p>Art. 56. Deverão ser estabelecidos desde o início da prestação dos serviços mecanismos para acompanhamento e controle da execução do contrato, para subsidiar futuras contratações e decisões relativas à aplicação de sanções administrativas, prorrogação ou rescisão contratual.</p>	<p>Instrução Normativa MP nº 05, de 2017.</p>
<p>Seção IV Da avaliação de desempenho da contratada</p>	
<p>Art. 57. O contratante deverá avaliar os serviços prestados pela contratada, pelo menos, dois meses</p>	<p>Em analogia à Instrução Normativa nº 4, de 2010. Modelos SECOM.</p>

antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.	
§1º A avaliação deverá ser efetuada com base em questionário a ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa que tenha a atribuição de gerir as ações promocionais do contratante ou por seu subordinado, caso em que será obrigatória a concordância do titular da unidade com a avaliação, mediante sua assinatura no questionário.	Em analogia à Instrução Normativa nº 4, de 2010. Modelos SECOM.
§2º É recomendável que, além dos gestores e fiscais do contrato, os servidores que mantenham relacionamento com a contratada avaliada sejam ouvidos formalmente antes do preenchimento do questionário de avaliação.	Em analogia à Instrução Normativa nº 4, de 2010. Modelos SECOM.
Art. 58. O questionário de avaliação de desempenho deverá ficar à disposição dos órgãos de controle interno e externo.	Em analogia à Instrução Normativa nº 4, de 2010. Modelos SECOM.
Art. 59. A avaliação deverá ser considerada pelo contratante para: I - apurar a necessidade de solicitar da contratada correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; II - decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e III - fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de qualificação técnica em licitações.	Em analogia à Instrução Normativa nº 4, de 2010. Modelos SECOM.
CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	
Art. 60. A Secretaria Especial de Comunicação Social poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Instrução Normativa.	Decreto nº 9.038, de 2017.
Art. 61. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.	Art. 3º da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998.
RONALDO FONSECA	Parágrafo único do inciso II do Art. 87 da Constituição Federal.