

COMISSÃO DE LICITAÇÃO PARA COMPRA DE BENS, SERVIÇOS E OBRAS

AVISO DE ABERTURA DE LICITAÇÃO

O Presidente da Comissão de Licitação para Compra de Bens, Serviços e Obras – CPLIC/TERRACAP, no uso das atribuições que lhe confere a Portaria nº 107/2022 - DIRAF, comunica a realização do seguinte certame.

Processo:	00111-00003558/2022-59
Modalidade/número:	Licitação Presencial nº 22/2022
Tipo:	Menor Preço
Objeto:	Contratação por escopo de estudos ambientais (PCA/RCA) para os 8 áreas rurais, conforme novo Termo de Referência elaborado pelo Instituto Brasília Ambiental – IBRAM (Anexo I).
Valor estimado (R\$):	O valor estimado é sigiloso nos termos do Art. 34 da Lei nº 13.303/2016.
Data/hora de abertura:	29/09/2022 às 10 horas
Retirada do Edital e anexos:	Gratuitamente no sítio da Terracap www.terracap.df.gov.br , na seção licitações compras/serviços.

Brasília/DF, 04 de setembro de 2022

SILMAR JOSÉ DE SOUZA
Presidente da CPLIC

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO 2022

A COMPANHIA IMOBILIÁRIA DE BRASÍLIA – TERRACAP - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO DISTRITO FEDERAL, no uso das atribuições que lhe confere o artigo 26, item II, do Estatuto Social da TERRACAP, em conformidade com a Decisão da Diretoria Colegiada nº 41, de 26/1/2022, resolve: dar publicidade ao Plano Anual de Comunicação TERRACAP para o exercício de 2022.

1. DEFINIÇÃO

O Plano Anual de Comunicação da Terracap, elaborado pela Assessoria de Comunicação - ASCOM para 2022, contempla as ações de publicidade, patrocínio e eventos, ao longo do ano, para atender às demandas e estratégias de comunicação da empresa. As demandas de publicidade são encaminhadas para a agência de publicidade contratada, por demanda. Já para as ações de patrocínio, é necessário abrir processo de seleção pública, caso seja de interesse da empresa, sendo também realizados patrocínios por meio de seleção direta, conforme estratégia da empresa e dentro das especificações da norma interna de concessão de patrocínios. Por fim, os eventos ocorrem por demanda conforme a necessidade da empresa. As ações de comunicação da Terracap com impacto orçamentário são classificadas da seguinte forma:

Publicidade: Legal, Utilidade pública, Mercadológica e Institucional;
Patrocínio: Projetos Culturais, Projetos Esportivos, Projetos Diversos;
Comunicação e Marketing: Eventos.

I - PUBLICIDADE

Publicidade Legal: publicação de avisos, balanços, relatórios e outros comunicados que a Terracap seja obrigada a divulgar por força de lei ou de regulamento;
Publicidade de Campanha de Utilidade Pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresentar comando de ação objetiva, clara e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;
Publicidade de Campanha Mercadológica: campanhas comerciais de venda de terrenos por meio de processos licitatórios, lançamento de novos empreendimentos, regularização, entre outros;
Publicidade de Campanha Institucional: campanhas para reforçar a imagem e a marca da Terracap, informativos sobre a atuação da empresa, além de ações comemorativas como aniversário de Brasília e aniversário da Terracap, participação em feiras, projetos culturais e outros temas e promoções de eventos.

II – PATROCÍNIO

Patrocínio ocorre quando uma empresa ajuda a financiar um evento ou uma entidade não lucrativa e oferece apoio, em troca de visibilidade da marca ou outro benefício. Ocorre principalmente em times esportivos, exposições e eventos diversos.

III – COMUNICAÇÃO E MARKETING (EVENTOS)

Promoção e organização de eventos de interesse da empresa com ações promocionais, distribuição de peças e ilustrações; projetos especiais; participação direta e/ou apoio a eventos; decoração de fachadas; sinalização interna; montagem de estandes, cenários, palcos e arquibancadas; traduções para outros idiomas; diagnósticos situacionais e planejamento de ações de comunicação; e demais serviços.

2. DA ESTRATÉGIA

A comunicação da Terracap baseia-se no princípio de que direito e dever devem se conjugar em benefício da sociedade. Assim, é direito da população ser informada e é dever da Administração informar.

Para tanto, o caminho que se apresenta mais adequado resulta da associação dos recursos humanos da Terracap com a experiência de prestadores de serviços especializados, contratados sob a forma de agências de publicidade e propaganda e outros.

O objetivo é informar, difundir ideias, princípios, iniciativas e produtos, além de prestar contas da atuação da Companhia. E, para realizar tais ações, na forma da legislação, a Terracap, por si e/ou mediante contratação de empresas especializadas, empreenderá atividades voltadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação de peças

promocionais, além de sua execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, compra de tempos e espaços publicitários.

Para a divulgação das peças e campanhas, será dada prioridade a veículos de comunicação que tenham comprovado alcance junto à população, incluindo-se emissoras de televisão, emissoras de rádio, jornais, revistas, tablóides e sítios na internet.

As peças e campanhas também poderão ser anunciadas em veículos ou produtos jornalísticos que alcancem públicos específicos de interesse da empresa, incluindo-se publicações ou programas jornalísticos temáticos.

Sempre com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens, elas poderão ser divulgadas por outras mídias, tais como outdoor, busdoor, taxidoor, frontlight, backlight e outros que forem apontados pela ASCOM.

A estratégia e planejamento de comunicação da Terracap atende o previsto no art. 93 § 1º da Lei 13.303/2016, onde diz "limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração".

O investimento com publicidade e patrocínio, no ano de 2022, ano eleitoral, não poderá ultrapassar a média dos (03) três últimos anos. O orçamento de 2022 está superior a média prevista em lei, porém os investimentos serão aplicados na forma da lei, de forma proporcional ao planejamento.

MÉDIA DE PUBLICIDADE – R\$ 11.135.304,96 (onze milhões, cento e trinta e cinco mil, trezentos e quatro reais e noventa e seis centavos)

MÉDIA DE PATROCÍNIO - R\$ 216.166,66 (duzentos e dezesseis mil, cento e sessenta e seis reais e sessenta e seis centavos)

MÉDIA DE PUBLICIDADE e PATROCÍNIO - R\$ 11.351.471,56 (onze milhões, trezentos e cinquenta e um mil quatrocentos e setenta e um reais e cinquenta e seis centavos).

Contudo, o Plano vai além dos meios e ações já descritos. Ele contempla também:

O monitoramento e análise do noticiário e das mídias sociais; a realização de diagnósticos situacionais e planejamento de ações de comunicação; e a produção de conteúdo para mídias diversas;

O apoio financeiro, dito patrocínio, concedido a projetos de iniciativa de terceiros, com o objetivo de divulgar a atuação, fortalecer o conceito, agregar valor à marca, incrementar vendas, gerar reconhecimento ou ampliar relacionamento da Terracap com seus públicos de interesse;

A realização de eventos promocionais, compreendidos o apoio à realização de eventos e a participação em feiras e exposições.

Ao final de cada campanha, apresentar-se-á a indicação dos resultados obtidos com a ação, ou seja, a verificação do alcance obtido pelo planejamento da mídia. Essa indicação de resultado será obtida com a aplicação de pesquisa ou com a avaliação feita pela área demandante.

As demandas de matéria legal não podem ser previstas antecipadamente. Desta forma, com o objetivo de dar ampla publicidade aos atos da Companhia e garantir os princípios constitucionais da isonomia e da publicidade, em cumprimento aos artigos 3º e 21, da Lei nº 8.666/93, são necessárias as publicações de matérias legais em jornal de grande circulação regional e ou nacional, sendo feitas por demanda.

3. DA ESTIMATIVA DE DESPESAS

A previsão orçamentária para a comunicação da Terracap é de R\$ 13.385.000,00 (treze milhões trezentos e oitenta e cinco mil reais). Entretanto, o Plano Anual de Comunicação está previsto no valor de R\$ 12.036.471,62 (doze milhões, trinta e seis mil, quatrocentos e setenta e um reais e sessenta e dois centavos) em razão do investimento com publicidade e patrocínio que, no ano de 2022, ano eleitoral, não poderá ultrapassar a média dos (03) três últimos anos. O plano foi elaborado de acordo com o disposto na Instrução Normativa nº 02, de 20/02/2015, que disciplina a matéria. A previsão orçamentária está consignada no orçamento dispendio anual da Terracap, nos seguintes Programas de Trabalho:

PLANEJAMENTO PARA EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA EM COMUNICAÇÃO TERRACAP/2022, COM REDUÇÃO EM PUBLICIDADE E PATROCÍNIO, ANO ELEITORAL, (MÉDIA DOS GASTOS DOS 3 ÚLTIMOS ANOS)

Unidade Orçamentária	Programa de Trabalho	Ação	R\$
UO 28201	23.131.6004.8505.8718.3390.39 23.131.6004.8505.8719.3390.39	Publicidade Institucional (institucional, mercadológica, utilidade Pública)	R\$ 11.135.304,96
UO 28201	23.131.6004.8505.8718.3390.39	Publicação de matéria legal em Diários Oficiais (DOU e DODF)	R\$ 385.000,00
UO 28201	23.692.6004.4237.0001.3390.39	Realização de atividades de comunicação e marketing	R\$ 300.000,00
UO 28201	23.391.6004.4090.0045.3390.39 23.811.6004.4090.0044.3390.39 23.692.6001.4091.0017.3390.39	Patrocínio (Apoio a eventos – culturais, Apoio a eventos – esportivos e Apoio a eventos- diversos)	R\$ 216.166,66

3.1. PUBLICIDADE E PROPAGANDA –Despesa estimada: 95,71%

A previsão de recursos orçamentários destinados para a Publicidade Institucional, Mercadológica e Utilidade Pública é de 92,51% do orçamento previsto;

A previsão de recursos orçamentários destinados para a Publicidade Legal é de 3,20 % do orçamento previsto;

Considerando a previsão do orçamento as atividades de produção e veiculação estarão distribuídas da seguinte forma:

3.1.1. PRODUÇÃO - Despesa estimada: 20%.

Criação de peças e/ou material (filmes, documentários, material para a internet, spots para rádios, painéis, anúncios, outdoor, frontlight, banners, faixas, cartazes, folhetos, folders, etc.) para serem utilizados nas campanhas publicitárias. Produção e execução técnica das peças e/ou materiais criados; planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos às ações publicitárias; criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

3.1.2. VEICULAÇÃO

Compra de tempos e espaços publicitários na mídia televisiva, radiofônica, impressa e eletrônica, para as campanhas institucionais, mercadológicas, de utilidade pública, além da publicidade legal. Despesa estimada: 80%.

3.2. PATROCÍNIOS –Despesa estimada: 1,80 %

A previsão de recursos orçamentários destinados as ações de patrocínio são:

Apoio a projetos culturais – 0,4 %;

Apoio a projetos esportivos – 0,4 %;

Apoio a projetos diversos – 1,0 %

3.3. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO E MARKETING –Despesa estimada: 2,49%.

O desenvolvimento da comunicação estratégica organizacional junto ao mercado, promovendo, posicionando e divulgando produtos, serviços, marcas, benefícios e soluções. As ações de comunicação e marketing engloba brindes promocionais; distribuição de peças e ilustrações; projetos especiais; participação direta e/ou apoio a eventos; sinalização interna; montagem de estandes, cenários, palcos e arquibancadas; traduções para outros idiomas; monitoramento e análise do noticiário e das mídias sociais; diagnósticos situacionais e planejamento de ações de comunicação; e produção de conteúdo para mídias diversas e demais serviços.

4. VIGÊNCIA

Este Plano Anual de Comunicação entra em vigor até 31 de dezembro de 2022.

TATIELLY DINIZ

Chefe da ASCOM

(*) Republicado por ter sido encaminhado com incorreção no original, publicado no DODF nº 22, de 1º de fevereiro de 2022, páginas 49 e 50.

SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL

SECRETARIA EXECUTIVA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL

SUBSECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO GERAL
COORDENAÇÃO DE LICITAÇÕES, CONTRATOS E CONVÊNIOS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

AVISO DE ALTERAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO SRP Nº 14/2022

Processo SEI-GDF nº 00431-00019694/2022-57 . A Secretaria de Estado de Desenvolvimento Social – SEDES/DF, torna público aos interessados abertura do certame em epígrafe, cujo objeto é a contratação, mediante Sistema de Registro de Preços, de empresa(s) especializada(s) na prestação de serviços de preparo, fornecimento, transporte e distribuição de lanches e refeições - café da manhã, almoço, lanches, jantar, ceia noturna e lactário, com execução mediante o regime de prestação de serviços continuados com mão de obra sem dedicação exclusiva, para atender as necessidades das unidades socioassistenciais do DF localizadas na região administrativa de Taguatinga/DF. Valor estimado em R\$ 5.287.908,00 (cinco milhões, duzentos e oitenta e sete mil novecentos e oito reais). Tipo: Menor Preço por Item . Data limite para recebimento das propostas: Dia 21/09/2022 às 10:00 horas (horário de Brasília/DF). Cópia do Edital se encontra no sítio www.comprasgovernamentais.gov.br e em www.sedes.df.gov.br. UASG: 450858. Informações: (61) 3773-7150.

PENIEL GOMES DE SOUSA

Pregoeiro

SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO URBANO E HABITAÇÃO

CHAMAMENTO PÚBLICO – SEDUH Nº 01/2022
HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO FINAL

O GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, por intermédio da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Urbano e Habitação do Distrito Federal - SEDUH, no uso das atribuições legais e nos termos do item 7.6 do Edital, TORNA PÚBLICO o resultado final do processo de seleção do Chamamento Público - SEDUH nº 01/2022, das entidades

eleitas por meio de voto aberto, em Reunião Pública, realizada em 05 de setembro de 2022, às 14h, por videoconferência, que irão passar a integrar o Conselho de Planejamento Territorial e Urbano do Distrito Federal – CONPLAN, como membros representantes da sociedade civil, nos termos do Edital de Chamamento Público - SEDUH nº 01/2022. As entidades eleitas devem apresentar os documentos originais, que foram anexados no ato da inscrição, à Assessoria Técnica de órgãos Colegiados - ASCOL, da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Urbano e Habitação do Distrito Federal - SEDUH, localizada no Setor Comercial Norte, Quadra 01, Bloco A - Edifício Number One - Asa Norte, 18º Andar, no período de 12 a 16 de setembro de 2022, das 8h às 12h e das 14h às 18h, conforme disposto no item 8.4 do Edital.

ENTIDADES ELEITAS	
I - Entidade representativa que tenha em seus estatutos e regimentos a Defesa da Mobilidade Urbana	
Associação Civil Rodas da Paz	05.921.483/0001-80
II - Entidades ou movimentos sociais que tenham em seus estatutos e regimentos a Defesa dos Interesses e Demandas da Sociedade Para Provisão Habitacional	
Associação Pro Moradia dos Trabalhadores dos Correios - HABITECT/DF	01.659.656/0001-83
III - Instituições de ensino superior que tenham Cursos Regulares de Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Engenharia	
Fundação Universidade de Brasília - FAU/UnB	00.038.174/0001-43
IV - Entidade autárquica de Fiscalização do Exercício e das Atividades dos Profissionais da Área de Arquitetura e Urbanismo	
Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Distrito Federal – CAU/DF	14.981.648/0001-09
V - Entidade autárquica de Fiscalização do Exercício e das Atividades dos Profissionais da Área de Engenharia e Agronomia	
Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Distrito Federal - CREA/DF	00.304.725/0001-73
VI - Entidades empresariais do Segmento do Setor Produtivo da Construção Civil	
Sindicato da Indústria da Construção Civil do Distrito Federal – SINDUSCON/DF	00.031.716/0001-56
VII - Entidades empresariais do Segmento do Mercado Imobiliário	
Associação de Empresas do Mercado Imobiliário DF - ADEMI	00.721.142/0001-48
VIII - Entidades empresariais do Segmento do Comércio Varejista	
Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal - FECOMÉRCIO/DF	00.113.605/0001-99
IX - Entidades representativas que tenha em seus estatutos e regimentos a Defesa dos Interesses dos Produtores Rurais	
Sindicato Rural do Distrito Federal - SRDF	00.505.271/0001-07
X - Entidades representativas que tenham em seus estatutos e regimentos a Defesa da Política Setorial de Regularização Fundiária de Interesse Social	
Prefeitura Comunitária dos Moradores da Colônia Agrícola Sucupira - PRECOMOR	07.033.440/0001-94
XI - Entidades representativas que tenham em seus estatutos e regimentos a Defesa da Política Setorial de Regularização Fundiária de Interesse Específico	
União dos Condomínios Horizontais e Associações de Moradores no Distrito Federal – ÚNICA/DF	07.220.191/0001-46
XII - Entidades que tenham como finalidade a promoção, a coordenação, a proteção e a representação legal das Categorias de Arquitetos e Urbanistas	
Instituto de Arquitetos do Brasil – Departamento Distrito Federal – IAB/DF	00.480.533/0001-18
XIII - Entidades que tenham como finalidade a promoção, a coordenação, a proteção e a representação legal das Categorias de Engenheiros	
Federação Nacional dos Engenheiros - FNE	92.675.339/0001-06
XIV - Associações de Moradores e Inquilinos	
Associação dos Moradores e Inquilinos do Guarã II - ASMIG	06.097.385/0001-33
XV - Entidade representativa que tenha em seus estatutos e regimentos a Defesa do Patrimônio Cultural	
Conselho de Desenvolvimento Econômico, Sustentável e Estratégico do DF - CODESE/DF	27.824.558/0001-48
XVI - Entidade representativa que tenha em seus estatutos e regimentos a defesa da ordem jurídica e da boa aplicação das leis do Estado Democrático de Direito	
Ordem dos Advogados do Brasil - Seção do Distrito Federal - OAB/DF	00.368.019/0001-95
XVII - Entidades empresariais e categorias econômicas do segmento da produção industrial	
x	

MATEUS LEANDRO DE OLIVEIRA
Secretário de Estado