



JUSTIFICATIVA TÉCNICA PARA INDICAÇÃO DE MARCAS

INTRODUÇÃO

A indicação de marcas no presente procedimento decorre das características particulares da contratação e da finalidade pública a que se destinam os produtos, os quais serão adquiridos para composição de cestas básicas e distribuição direta à população atendida pela política municipal de assistência social, especialmente famílias e indivíduos em situação de vulnerabilidade social, bem como usuários dos serviços, programas, projetos e grupos socioeducativos desenvolvidos pela Secretaria Municipal Integrada de Saúde, Assistência Social, Esporte e Lazer – SISAE.

A medida encontra fundamento no art. 41, inciso I, alínea “d”, da Lei Federal nº 14.133/2021, que admite, excepcionalmente e mediante justificativa formal, a indicação de marca ou modelo quando esta referência puder ser utilizada para melhor compreensão das características e do padrão de qualidade pretendidos pela Administração.

No presente caso, a indicação não decorre de preferência comercial, conveniência particular da Administração ou intenção de direcionamento do certame, mas da necessidade de estabelecer referência objetiva de qualidade, apresentação, padronização, características organolépticas, acondicionamento e aceitação dos produtos que serão efetivamente entregues à população, considerando que os gêneros alimentícios constituem bens de consumo direto e imediato pelos beneficiários da política pública de assistência social.

A natureza do objeto possui particularidade que deve ser considerada na definição das especificações. Diferentemente de bens de utilização interna ou de equipamentos destinados exclusivamente à estrutura administrativa, os produtos ora licitados serão incorporados às cestas básicas e entregues diretamente às famílias beneficiárias.



Consequentemente, a adequada definição do padrão dos produtos não se limita à sua composição formal ou ao atendimento dos requisitos mínimos da legislação sanitária, alcançando também aspectos relacionados à regularidade de fornecimento, estabilidade do padrão produtivo, integridade das embalagens, familiaridade dos consumidores com o produto e sua aceitação no mercado de consumo.

A Administração busca, portanto, evitar situação em que, embora formalmente atendida determinada especificação genérica, sejam fornecidos produtos de características sensivelmente distintas daqueles que integram ordinariamente as cestas distribuídas pelo Município, ocasionando alterações inesperadas de padrão, apresentação, características sensoriais ou aceitação pelos beneficiários.

A referência a determinadas marcas possibilita, nesse contexto, estabelecer um padrão mínimo de referência concretamente identificável, facilitando a compreensão, pelos fornecedores, do nível de qualidade pretendido e permitindo à Administração realizar avaliação objetiva da equivalência do produto ofertado.

A indicação das marcas deverá ser compreendida, portanto, como referência de qualidade e padrão de produto, e não como imposição de aquisição de fabricante determinado. Será admitida a oferta de produtos de outros fabricantes que comprovem atendimento integral às especificações técnicas estabelecidas no Termo de Referência e apresentem características, qualidade, desempenho, composição, acondicionamento e padrão de apresentação equivalentes, similares ou superiores à referência indicada.

DO ARROZ BRANCO TIPO 1 - MARCAS CRISTAL, TIO JORGE E BREJEIRO

Quanto ao arroz branco tipo 1, classe longo fino, subgrupo polido, acondicionado em embalagem de 5 kg, a Administração indica como marcas de referência **CRISTAL, TIO JORGE e BREJEIRO**.

A escolha dessas referências encontra justificativa na ampla presença desses produtos no mercado de gêneros alimentícios, na sua disponibilidade comercial, na utilização recorrente em canais de varejo e atacado e, especialmente, na familiaridade do consumidor com produtos de arroz comercializados sob essas marcas.



No caso da marca **Cristal**, existem elementos objetivos que evidenciam sua expressiva presença e reconhecimento no mercado goiano. Segundo divulgação referente ao Pop List 2025, o Arroz Cristal alcançou **79,9% de share of mind em Goiás**, além de ter figurado entre as marcas mais lembradas na categoria arroz em Goiânia e ter obtido a primeira colocação na categoria arroz em Anápolis. Trata-se de dado de reconhecimento de marca que, embora não constitua, por si só, prova de superioridade técnica sobre todas as demais marcas existentes, representa elemento objetivo relevante para demonstrar sua ampla familiaridade e aceitação pelo consumidor regional.

A própria trajetória industrial da Cristal Alimentos demonstra atuação consolidada no segmento de beneficiamento de arroz em Goiás, com histórico de produção e investimentos em tecnologia de seleção e controle dos grãos. A empresa informa, ainda, que sua capacidade atual de beneficiamento alcança aproximadamente 720.000 fardos de arroz por mês e que emprega processos tecnológicos voltados à seleção e padronização do produto.

Quanto ao **Tio Jorge**, a própria fabricante informa que seus produtos são submetidos a processos de beneficiamento com tecnologia e equipamentos destinados ao controle de características como umidade, polimento e transparência dos grãos, mantendo, inclusive, linha específica de arroz branco em embalagem de 5 kg, exatamente compatível com a apresentação pretendida neste certame.

Também existem registros de contratação pública nos quais o arroz Tio Jorge foi utilizado como produto ofertado para a especificação de arroz beneficiado tipo 1, agulhinha, branco, subgrupo polido e classe longo fino, demonstrando sua inserção efetiva no mercado institucional de fornecimento de alimentos.

Em relação à marca **Brejeiro**, trata-se igualmente de fabricante com presença estabelecida no mercado de alimentos e atuação no segmento de beneficiamento e comercialização de cereais, havendo inclusive unidade empresarial registrada em Anápolis/GO e atividade relacionada ao comércio atacadista de cereais e leguminosas beneficiados. Também há registros de sua utilização em processos de contratação pública para fornecimento de arroz longo fino tipo 1.



O conjunto dessas informações demonstra que as marcas indicadas não foram escolhidas aleatoriamente, mas correspondem a produtos efetivamente inseridos no mercado de alimentos, com disponibilidade comercial e características compatíveis com o padrão técnico definido pela Administração.

A indicação conjunta de três marcas para o arroz possui, ainda, relevante função de **referência e comparação**, evitando que a Administração vincule o objeto a um único fabricante. A existência de múltiplas referências permite demonstrar que o padrão pretendido não está associado exclusivamente a determinado produtor, mas a um conjunto de características objetivamente identificáveis e encontradas em diferentes produtos disponíveis no mercado.

Assim, para o arroz, a Administração pretende estabelecer como referência um produto de consumo corrente, de marca reconhecida no mercado regional e nacional, com apresentação de 5 kg, tipo 1, classe longo fino, subgrupo polido, embalagem íntegra e adequada, validade suficiente e características de qualidade compatíveis com a finalidade de composição das cestas básicas.

A referência às marcas **CRISTAL, TIO JORGE e BREJEIRO**, portanto, representa mecanismo de **padronização mínima da qualidade e da apresentação**, sem impedir a participação de fornecedores que comercializem produtos de outros fabricantes tecnicamente equivalentes.

DO PANETONE COM FRUTAS CRISTALIZADAS E UVAS-PASSAS - MARCAS ROMANATO, PARATI, TOMMY, SANTA EDWIGES E BAUDUCCO

Quanto ao panetone com frutas cristalizadas e uvas-passas, a indicação das marcas **ROMANATO, PARATI, TOMMY, SANTA EDWIGES e BAUDUCCO** decorre igualmente da necessidade de estabelecer referência objetiva de produto destinado a distribuição direta aos usuários dos serviços socioassistenciais durante as atividades de encerramento do exercício.



Nesse item, além da qualidade e das características técnicas, assume relevância a familiaridade do consumidor com o produto, considerando que se trata de alimento de caráter sazonal, associado às festividades de final de ano e destinado à entrega direta a crianças, adolescentes, idosos e demais usuários dos serviços de convivência e fortalecimento de vínculos, CRAS, CREAS e outros programas socioassistenciais.

A indicação de marcas conhecidas do segmento contribui para assegurar que o produto entregue possua características compatíveis com aquelas ordinariamente reconhecidas pelo consumidor, reduzindo a possibilidade de substituição por produtos de padrão sensivelmente inferior, embora formalmente enquadrados em descrição genérica de “panetone com frutas cristalizadas”.

Há também elementos objetivos de mercado que corroboram a escolha das referências. Levantamento de mercado referente ao período natalino de 2025 apontou participação de 46,08% para Bauducco, 7,37% para Tommy, 3,91% para Romanato e 2,50% para Parati no mercado de panetones, enquanto Santa Edwiges aparece entre as marcas abrangidas pelo grupo “Outros”. Esses dados não significam que determinado fabricante produza necessariamente produto tecnicamente superior aos demais, mas evidenciam a presença e o grau de inserção comercial das marcas indicadas no segmento específico de panetones.

A Bauducco, especificamente, possui histórico consolidado no segmento de panetones e informa oficialmente que seu panetone tradicional de 400 g é produzido com frutas cristalizadas e uvas-passas, apresentando características compatíveis com a descrição estabelecida pela Administração. A fabricante também informa trajetória iniciada na década de 1950 e ampla distribuição de seus produtos.

A utilização de marcas de referência no item também se justifica pela necessidade de preservar a padronização da experiência de consumo dos beneficiários, especialmente porque o produto não será destinado ao uso interno da Administração, mas distribuído como parte das ações socioassistenciais de encerramento das atividades anuais.



A Administração deve considerar, portanto, não apenas a composição físico-química do produto, mas também sua apresentação comercial, integridade da embalagem, peso líquido, características sensoriais ordinariamente associadas ao produto, regularidade de fabricação, estabilidade do padrão de produção e aceitação consolidada pelo mercado consumidor.

Isso não significa reconhecer direito subjetivo dos beneficiários à escolha de determinada marca, tampouco transformar a preferência ou familiaridade do consumidor em requisito absoluto de contratação. Significa apenas que, na definição do padrão mínimo do alimento que será distribuído, a Administração considera legítimo utilizar produtos amplamente conhecidos no mercado como referência objetiva para definir o nível de qualidade e apresentação esperado.

DA ACEITAÇÃO DOS PRODUTOS PELOS BENEFICIÁRIOS E DA PADRONIZAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO

A distribuição de gêneros alimentícios pela política municipal de assistência social possui característica distinta da aquisição de bens destinados exclusivamente ao funcionamento administrativo. Os produtos são entregues diretamente às famílias beneficiárias e consumidos em seus respectivos domicílios. Por essa razão, a qualidade percebida, a integridade, a apresentação, a familiaridade e a regularidade do produto constituem elementos relevantes para a efetividade da política pública.

A adoção de marcas de referência busca, nesse contexto, preservar um padrão mínimo e reconhecível dos alimentos integrantes das cestas básicas, evitando variações excessivas entre os produtos fornecidos ao longo da execução contratual.

A padronização pretendida não corresponde à padronização absoluta de fabricante, mas à padronização das características de qualidade e apresentação dos alimentos. O objetivo é que a Administração possa receber produtos diferentes quanto ao fabricante, quando tecnicamente equivalentes, sem admitir redução injustificada do padrão mínimo estabelecido.



Essa distinção é essencial: a Administração não pretende afirmar que determinado produto é universalmente melhor ou que os beneficiários somente aceitam determinada marca.

O que se pretende assegurar é que os alimentos distribuídos estejam inseridos em padrão comercial conhecido, sejam regularmente disponibilizados no mercado e apresentem características compatíveis com produtos que possuem aceitação consolidada pelos consumidores.

Eventuais registros administrativos existentes na SISAE acerca de fornecimentos anteriores, manifestações dos beneficiários, reclamações, elogios, ocorrências de rejeição ou aceitação dos produtos poderão complementar a presente justificativa, desde que devidamente documentados no processo administrativo.

Tais elementos constituirão evidência específica da experiência concreta do Município, sem substituir a análise técnica das características dos produtos.

DA COMPATIBILIDADE ENTRE QUALIDADE, ACEITAÇÃO, PADRONIZAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A indicação das marcas foi concebida de forma a compatibilizar quatro fatores diretamente relacionados à finalidade da contratação: qualidade do alimento, aceitação e familiaridade do consumidor, padronização do fornecimento e disponibilidade de mercado.

A Administração não pretende utilizar a marca como mecanismo de restrição artificial da competição. Ao contrário, a existência de diversas marcas de referência demonstra que o padrão pretendido pode ser encontrado em diferentes fabricantes e fornecedores, preservando-se a possibilidade de competição entre empresas que comercializem produtos equivalentes.

Desse modo, o fornecedor não estará obrigado a apresentar necessariamente produto das marcas indicadas.



Poderá ofertar produto de fabricante diverso, desde que demonstre, mediante documentação técnica, ficha do produto, catálogo, amostra, rotulagem ou outro meio admitido no instrumento convocatório, que o produto atende integralmente às especificações técnicas e possui padrão equivalente, similar ou superior ao das marcas utilizadas como referência.

A Administração poderá, quando previsto no edital e mediante critérios objetivos, proceder à análise de amostras ou documentação técnica para verificar a conformidade do produto ofertado. A análise deverá recair sobre as características objetivamente definidas no Termo de Referência, e não sobre eventual preferência subjetiva do agente público por determinada marca.

Dessa maneira, a marca desempenhará função eminentemente descritiva e referencial, permitindo melhor compreensão do padrão de qualidade pretendido sem converter-se em requisito de exclusividade.

DA CONCLUSÃO

Diante da finalidade socioassistencial da contratação, da destinação direta dos alimentos à população beneficiária, da necessidade de preservação da qualidade e segurança alimentar, da conveniência administrativa de manter padrão uniforme dos produtos distribuídos, da familiaridade dos consumidores com as marcas indicadas, de sua presença consolidada no mercado e da disponibilidade de produtos tecnicamente equivalentes, justifica-se a indicação das marcas **CRISTAL, TIO JORGE e BREJEIRO**, para o arroz branco tipo 1 de 5 kg, e **ROMANATO, PARATI, TOMMY, SANTA EDWIGES e BAUDUCCO**, para o panetone com frutas cristalizadas e uvas-passas, exclusivamente como marcas de referência, nos termos do art. 41, inciso I, alínea “d”, da Lei Federal nº 14.133/2021.



A referência comercial adotada não estabelece preferência jurídica ou exclusividade de fabricante. Constitui instrumento destinado a permitir que os licitantes compreendam, com maior precisão, o padrão de produto pretendido pela Administração, devendo ser admitidas outras marcas e fabricantes que comprovadamente atendam às mesmas especificações técnicas e apresentem qualidade, características, desempenho, apresentação e condições de fornecimento equivalentes, similares ou superiores.

A medida revela-se proporcional à finalidade da contratação, pois busca assegurar que os gêneros alimentícios efetivamente entregues às famílias beneficiárias mantenham padrão adequado e uniforme de qualidade, sem afastar a competição entre fornecedores capazes de oferecer produtos tecnicamente compatíveis.

Por consequência, a indicação das marcas deverá constar do Termo de Referência e do instrumento convocatório acompanhada da expressão “**marca de referência**”, com previsão expressa de aceitação de produto equivalente, similar ou superior, ficando vedada a interpretação de que somente os fabricantes nominalmente indicados poderão participar ou fornecer os produtos objeto da contratação.

Pirenópolis, Estado de Goiás, 10 de julho de 2026.

JACILDA DE OLIVEIRA PARREIRA

Assessora Especial de Integração



VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 075A-B3FA-DB3A-A1B2

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



JACILDA DE OLIVEIRA PARREIRA (CPF 869.XXX.XXX-72) em 14/10/2026 15:14:26 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://pirenopolis.1doc.com.br/verificacao/075A-B3FA-DB3A-A1B2>