



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**CONCORRENCIA Nº001/2023 – SECOM/MA**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 92194/2023 - SECOM**

**EDITAL**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 **A COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO - CSL/SECOM**, instituída pela Portaria 99/2023-GAB/SECOM, publicada no Diário Oficial em 13 de abril de 2023, doravante denominada simplesmente **COMISSÃO**, torna público que, **no dia 25 de setembro de 2023, às 14:00 horas**, no auditório da sua sede na Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, situada no Edifício João Goulart, localizado na avenida Pedro II, nº 22, Centro, nesta cidade, onde serão recebidas a documentação e propostas e iniciada a abertura dos invólucros relativos à **CONCORRÊNCIA** em epígrafe, do tipo **MELHOR TÉCNICA** de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, contratados sob a égide da Lei Federal nº 12.232, de 29.04.10 e nº. 8.666/93.

1.2. Aplicam-se também a esta concorrência o Decreto nº 57.690, de 01.02.66, o Decreto nº 4.563, de 31.12.02, as Leis Federais nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93, e as disposições deste Edital. Aplicam-se, e Decreto Estadual nº 28.422, de 17.07.12 e suas alterações, que disciplina os procedimentos relativos à contratação de serviços de publicidade governamental.

**2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

2.1 - Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

- **dia:** 25 de setembro de 2023
- **hora:** 14:00 horas
- **local:** Edifício João Goulart, Auditório (térreo), localizado na Av. Dom Pedro II, nº. 22, centro, São Luís/MA.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

2.1.1 - Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.1.2 - A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19, e na legislação.

2.2 - Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM.

### **3. OBJETO**

3.1 - Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, cujo objeto inclui a concepção e elaboração de peças publicitárias – criação e produção de conteúdos impressos e audiovisuais especializadas nos métodos, na arte e nas técnicas publicitárias, estudo, concepção, execução e distribuição de propaganda aos veículos de comunicação – definidas com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO. Contempla ainda: o estudo, a concepção, a execução interna, a supervisão da execução externa (produção) e a distribuição de campanhas e peças publicitárias que envolvam ou não veiculação; a elaboração de marcas e expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual que se fizerem necessários dentro do processo de criação de campanhas e peças.

3.1.1- Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo do Estado do Maranhão, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.2 - Os serviços previstos no subitem 3.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1 - Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.2 - Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agência de propaganda, doravante denominadas agência, licitante, proponente ou contratada.

3.2.1 - Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.2.2 - A agência atuará em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965 por ordem e conta da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, vinculada a orientações, requisições e normas internas desta, inclusive no que concerne à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, à execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3 - A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 – Este edital e seus anexos estão à disposição dos interessados na sede da Rádio Timbira, junto à Comissão Setorial de Licitação – CSL da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, localizada na Rua Montanha Russa, s/n, bairro Centro, São Luís (Maranhão),



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

onde poderão ser copiados em pen drive gratuitamente, e também se encontram à disposição dos interessados para download no site da SECOM, no endereço [www.secom.ma.gov.br](http://www.secom.ma.gov.br), observadas as formalidades.

## 5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 - Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, mediante solicitação por escrito, por ofício devidamente protocolizado e encaminhado à **Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM**, no horário das 14:00 às 18:00 horas, de 2<sup>a</sup> a 6<sup>a</sup> feira ou por e-mail dirigido ao endereço [csl.secom.ma@gmail.com](mailto:csl.secom.ma@gmail.com);

5.1.1 - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO - CSL/SECOM, até 05 (cinco) dias úteis antes da data marcada para recebimento dos invólucros.

5.1.2 - Os pedidos de esclarecimentos e eventuais alterações aos termos do edital serão postados no site da SECOM, no endereço [www.secom.ma.gov.br](http://www.secom.ma.gov.br).

5.1.2.1 - Às licitantes cabe consultar o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizados sobre esclarecimentos referentes a este edital.

5.1.2.2 - A licitante deve atentar, em eventual pedido de esclarecimento, para a não utilização de termos distintivos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), futura identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.1.3 - Os esclarecimentos aos consulentes serão comunicados a todos os demais interessados que tenham adquirido o presente edital.

5.1.4. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das propostas técnica e de preços previstos no subitem 2.1 deste edital.

## 6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1 - Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM:

I - o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

II - a licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

6.1.1 - Considera-se licitante para efeito do inciso II do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2 - O pedido de impugnação, com a indicação das falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, na sede da Rádio Timbira, junto à Comissão Setorial de Licitação – CSL da Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, localizada na Rua Montanha Russa, s/n, bairro centro, São Luís/MA, no horário das 14:00 às 18:00 horas, de 2ª a 6ª feira.

6.3 - A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

6.4 - A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

6.5 - Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

7.1 - Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

7.2 - Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;

b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;

c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;

d) que se apresentem na qualidade de subcontratadas;

e) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Estadual;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- f) suspensas de participar de licitação e impedidas de contratar com o Estado do Maranhão, conforme art. 87, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/1993, durante o prazo da sanção aplicada;
- g) declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme art. 87, inciso IV, da Lei Federal nº 8.666/1993;
- h) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios, representantes legais ou representantes técnicos comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

8.1 - Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 - Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2 - Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM ateste sua autenticidade.

8.1.3 - Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

8.2 - A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3 - A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 - Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## 9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 - A Proposta Técnica deverá ser entregue à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

### Invólucro nº 1

9.1.1 - No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1 - Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado previamente fornecido, necessariamente, pela Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM.

9.1.1.1.1 - O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 14:00 horas às 18:00 horas, no seguinte endereço: Rua Montanha Russa, s/n, bairro centro, nesta capital junto à Comissão Setorial de Licitação – CSL da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.

9.1.1.1.2 - O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.1.1.2 - O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3 - Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 **não** poderá:

a) ter nenhuma identificação;





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**Invólucro nº 2**

9.1.2 - No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.1.2.1 - O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2023

9.1.2.2 - O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.2.3 - O Invólucro nº 2 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento exterior que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possa causar a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**Invólucro nº 3**

9.1.3 - No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a apresentação da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

9.1.3.1 - O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

Concorrência nº 001/2023

9.1.3.2 - O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento exterior que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possa causar a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

## 10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 - A Proposta de Preços deverá ser entregue à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM acondicionada no Invólucro nº 4.

**Invólucro nº 4**

10.1.1 - O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2023

10.1.2 - O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3 - O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento exterior que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possa causar a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

## 11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 - A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1 - A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2;
- espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor preta, tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
- numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.2.1 - As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.5.

11.2.2 - Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'Arial', cor preta, tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

11.2.3 - Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1 - As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4 - Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1 - Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.2.5 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 - Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7 - Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 - Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

11.2.9 - Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1 - Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Projeto Básico (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 - Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Governo do Estado do Maranhão para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 - Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1 - Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 - Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 - Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet;

b3) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.3.3.3.1 - Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.2 - Os *storyboards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em PEN DRIVE, PEN DRIVE-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3 - Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passee-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5 - Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3.

11.3.3.4 - Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – *outdoor*, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1 - Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado será de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) para o período de 30 dias de campanha publicitária.

11.3.4.1 - Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 - Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3 - Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

11.3.4.3.1 - Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

11.5 - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 - Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.5.2 - Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3 - Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

11.6 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### Repertório

11.7 - A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 - Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.7.2 - Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que não conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.7.3 - Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8 - O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 - A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 - As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.07.2021.

11.8.1.2 - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1 - Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.1.4 - Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2 - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3 - As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.9 - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 - Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2 - Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 - A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1 - A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2 - As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.07.2021.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.10.3 - É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11.10.3.1 - Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.10.4 - Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.1 - A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.2 - Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1 - Plano de Comunicação Publicitária

12.2.1.1 - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Governo do Estado do Maranhão nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado do Maranhão com seus públicos;

c) das características do Governo do Estado do Maranhão e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo Governo do Estado do Maranhão.
- f) das necessidades de comunicação do Governo do Estado do Maranhão para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

#### 12.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Governo do Estado do Maranhão e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Governo do Estado do Maranhão com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Governo do Estado do Maranhão;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Governo do Estado do Maranhão, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível

#### 12.2.1.3 - Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Governo do Estado do Maranhão;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do Governo do Estado do Maranhão e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 12.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Governo do Estado do Maranhão;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 12.2.2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;





ESTADO DO MARANHÃO  
 COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
 SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Governo do Estado do Maranhão;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre o Governo do Estado do Maranhão e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Governo do Estado do Maranhão, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 12.2.3 - Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 12.2.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

12.3 - A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 - Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

<b>Quesitos/Subquesitos</b>	<b>Pontos</b>
Plano de Comunicação Publicitária	65



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>Pontuação máxima total</b>		<b>100</b>

12.3.2 - A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

12.3.2.1 - 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 do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.2.2 - Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.3 - A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4 - Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as **03 (três)** maiores notas.

12.4 - Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.5 - Em caso de empate, e visto o que dispõe o art. 6º, inciso VIII da Lei nº. 12.232/2010, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação no quesitos "PLANO DE COMUNICAÇÃO



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

PUBLICITÁRIA” e persistindo empate, sucederá comparação sucessiva das notas obtidas nos subitens 12.2.2, 12.2.3 e 12.2.4, até que o empate seja sanado.

12.6 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 - A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I - apresentada:

a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II - elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III.

13.2 - O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

### **14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS E NEGOCIAÇÃO**

14.1 - As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2 - Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3 - A proposta de preços deverá ser apresentada em quesitos conforme modelo exibido no “Anexo III” deste instrumento convocatório, e cuja análise pela CSL/SECOM adotará o rito previsto no art. 46, §1º da Lei nº. 8.666/93, aplicável às concorrências públicas do tipo “MELHOR TÉCNICA” e, portanto, se procederá à sua valoração para atribuição de pontos com a finalidade estrita de se apurar a menor proposta de preços para fins de referência na negociação subsequente, o que não



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

implicará em acréscimo de pontuação na classificação do licitante obtida com a pontuação auferida no julgamento da proposta técnica, não obstante, a proposta de preços poderá ser desclassificada caso não atenda as normas e condições legais e editalícias, caso em que conseqüentemente o licitante será desclassificado do certame independentemente de sua classificação em fase anterior.

14.4 - A remuneração máxima fixada (como exige o art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993) a ser paga pelos serviços contratados, consiste na estipulação abaixo descrita e reflete quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, deve ser considerada item a item isoladamente, pelo que serão rejeitadas propostas que extrapolem o limite máximo remuneratório ora descrito para qualquer dos itens que a compõe, e desse modo não serão aceitas proposta de preço:

a) que ofertem **desconto inferior a 60% (sessenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) que estipulem **percentual de honorários superior a 0 % (zero por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) que estipulem **percentual de honorários superior a 0% (zero por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) que estipulem **percentual de honorários superior a 1 % (um por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) que ofertem reversão à CONTRATANTE **inferior a 25% (vinte e cinco por cento)**, na forma de desconto sobre a nota fiscal de veiculação, do valor que lhe caiba a título de desconto padrão de agência.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

14.4.1 - Os serviços de produção, quando veiculados, **não serão remunerados** por honorários e apenas terá a Contratada o direito do desconto padrão concedido pelo veículo, que trata a **alínea “d” do item 14.4**.

14.4.2 - Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM considerará o preço por extenso.

14.5 - Serão abertas somente as propostas de preço dos licitantes que tenham atingido a valorização mínima exigida para as propostas técnicas, fixada nesse edital no item 12.4, e somente estas estarão aptas a participar de eventual negociação futura das condições comerciais propostas, pelo que serão devolvidas intactas as propostas de preços dos licitantes que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica.

14.6 - Para a apuração da proposta de menor preço, sua valoração consistirá na atribuição de pontos conforme os critérios objetivos e metodologia a seguir detalhada, e será declarada como de menor preço a proposta que obtiver a maior pontuação.

14.7 - A CSL/SECOM calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea “a” do item 14.4	$P1 = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “b” do item 14.4	$P2 = 3,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “c” do item 14.4	$P3 = 3,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea “d” do item 14.4	$P4 = 4,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de reversão, sob a forma de desconto, sobre os custos dos serviços previstos na alínea “e” do item 14.4	$P5 = 0,1 \times \text{Desconto}$



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

14.8 - Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes do item 1.1 de sua Proposta de Preços, sem o símbolo "%".

14.9 - A nota total de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.1, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

14.10 - A negociação das condições comerciais terá como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima, conforme determinação do art. 46, §1º, inciso II da Lei nº 8.666/93.

14.11 - No caso de impasse na negociação junto à proponente melhor classificada no julgamento da proposta técnica, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação.

14.12 - Os valores cobrados por reutilização de peças (de que trata o item 2 do Anexo III) não serão objeto de negociação, e permanecerão inalterados os percentuais estabelecidos pelas próprias licitantes em suas Propostas de Preços, sendo desnecessária sua adequação, ressalvada a possibilidade de desclassificação da proposta caso extrapolado o preço máximo estipulado para o referido item.

## **15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS**

15.1 - O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2 - Será vencedora do julgamento final das Propostas – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que tenha sido mais bem-classificada no julgamento da Proposta Técnica.

15.3 - A Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM poderá adjudicar o objeto a licitante diverso daquele classificado em melhor posição na proposta técnica caso este (ou estes sucessivamente quantos necessários forem) se recusem a adequar suas propostas de preços por ocasião da negociação e observado o limite de que trata o art. 46, §1º, inciso II da Lei nº 8.666/93, caso em que perderá(ão) o direito de contratar os serviços objeto desta licitação com a Secretaria de Estado da Comunicação Social, não lhe cabendo nada a reclamar e nenhum tipo de indenização.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## **16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

16.1 - Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1 - A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.1.1.

16.1.2 - Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 001/2023

16.1.3 - O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.1.4 - Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

16.1.4.1 - Os Documentos de Habilitação, de preferência, deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

16.1.4.2 - Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

16.2 - Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4.

**16.2.1 - Habilitação Jurídica**

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a.1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) decreto de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

**16.2.2 - Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.2.2.1 - Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.2.2 - Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.2.3 - Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

#### 16.2.3 - Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital, devendo constar o nome do cargo e CPF do representante que a subscreve;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

#### 16.2.4 - Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de Falência ou Concordata (Recuperação Judicial ou Extrajudicial), expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data não excedente a 60 (sessenta) dias de antecedência da data de apresentação da proposta de preço, quando não vier expresso o prazo de validade

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 60 (sessenta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído;

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial ou em Jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de Registro do Comércio.

16.2.4.1 - As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente, devidamente registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

16.2.4.2 - A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$



ESTADO DO MARANHÃO  
 COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
 SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no subitem 16.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.4.3 - A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 16.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5, comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de **R\$ 300.000,00** (trezentos mil reais).

16.2.5 - A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5 declarações elaboradas conforme os modelos a seguir:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição:

### DECLARAÇÃO

Referente Concorrência.....

....., inscrita no CNPJ sob o nº ....., por intermédio de seu representante legal ....., portador(a) da Carteira de Identidade nº....., inscrito(a) no CPF sob o nº....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.6.1993, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

(se for o caso acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

---

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta:

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Concorrência .....

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada (licitante), para fins do disposto no item (completar) do Edital da Concorrência nº ....., declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente (pela licitante), e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do/a (órgão/entidade responsável pela licitação) antes da abertura oficial das propostas; e



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

---

(representante legal da licitante,  
no âmbito da licitação, com identificação completa)

16.3 - Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4 - A apresentação do Certificado de Registro Cadastral - CRC, expedido pela Secretaria Adjunta de Registro de Preços – Cadastro de Fornecedores, localizado na Av. Jerônimo de Albuquerque, Edifício Clodomir Milet, s/nº - 4º andar, Calhau - São Luís/MA. CEP: 65074-220, ou por órgão que a antecedeu, de outro órgão da Administração Pública Federal ou de outros Estados, substitui os documentos relacionados no subitem 16.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 16.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

16.4.1 - Outros Documentos

a) **Certidão Simplificada da Junta Comercial do Estado do Maranhão**, de acordo com o art. 1º do Decreto Estadual nº 21.040/2005, para empresários e sociedades empresariais do Estado do Maranhão.

16.4.2 - É de exclusiva responsabilidade das licitantes a juntada de todos os documentos necessários à habilitação.

16.4.3 - A documentação apresentada para fins de habilitação fará parte dos autos do processo e não será devolvida à proponente

## 17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 - A Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.1.1.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

17.1.1 - Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Setorial de Licitação - CSL/SECOM, reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## **18. SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

18.1 - Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Setorial de Licitação - CSL/SECOM, criada pela Portaria nº 99/2023-GAB/SECOM, publicada no Diário Oficial na data de 13 de abril de 2023.

18.2 - As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

18.2.1 - 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.

18.3 - 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, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Secretaria de Estado de Comunicação Social.

18.3.1 - A relação dos nomes referidos no **subitem 18.3** deste Edital será publicada pela COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO - CSL/SECOM no Diário Oficial do Estado, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2 - O sorteio será processado pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, 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 a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, nos termos dos **subitens 18.2.1 e 18.3**.

18.3.3 - A relação prevista no **subitem 18.3** deste Edital conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.

18.3.4 - Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

o **subitem 18.3**, mediante a apresentação à Central Permanente de Licitação – SECOM, de justificativa para a exclusão.

18.3.5 - 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.

18.3.6 - 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 **item 18**.

18.3.6.1 - Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 18.3**.

18.3.6.2 - Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

18.3.7 - A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 18.3.4** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## 19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 - Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1 - A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2 - Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

19.1.3 - A Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da SECOM, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

19.1.4 - Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

19.1.5 - O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.6 - Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

19.1.7 - Qualquer tentativa de licitante influenciar a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

19.1.8 - Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

**Primeira Sessão**

19.2 - A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1 - O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

19.2.1.1 - Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2 - A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Setorial de Licitação CSL/SECOM, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar sem rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame dos documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1 - A Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2 - Se, ao examinar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3 - A Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.4 - Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM.

19.2.5 - Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM na primeira sessão, os



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1 - Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

19.2.6 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, juntamente com as Propostas;

d) encaminhamento, pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, juntamente com as Propostas.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

19.2.6.1 - Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1 - O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7 - As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

19.3 - Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, se for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.3.1 - Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM.

**Terceira Sessão**

19.4 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e desta dar conhecimento aos licitantes presentes;

f) efetuar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, nos termos da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para a contratação;

h) declarar vencedora do certame a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica e que concomitantemente tenha obtido classificação de sua proposta de preços;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

Quarta Sessão

19.5 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e)informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome das 03(três) licitantes vencedoras desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

20.1 - Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Secretário de Estado da Comunicação Social, homologará o resultado desta concorrência e, assim,





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

aprovará a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

20.2 - Imediatamente após a homologação do resultado desta Concorrência Pública, o presidente da Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM elaborará e encaminhará à Secretaria de Estado da Comunicação Social o relatório circunstanciado de todos os atos do certame.

## **21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

21.1 - A critério da Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação na imprensa oficial é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial da Estado;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

22.1 - Dos atos da administração decorrentes da aplicação deste Edital, cabem:

22.1.1 - Recurso administrativo no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

I – habilitação ou inabilitação do licitante;

II – julgamento das propostas;

III – anulação ou revogação da licitação.

22.1.2 - Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico, nos termos do artigo 109, inciso II, da Lei Federal nº 8.666/1993;

22.1.3 - Pedido de Reconsideração de decisão do Secretário de Estado de Comunicação Social no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato, nos termos do artigo 109, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/1993.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

22.2 - O recurso será dirigido ao Secretário de Estado de Comunicação Social, por intermédio da Comissão Setorial de Licitação - CSL/SECOM que após notificação às demais licitantes e cumprido o prazo estabelecido no §3º do art. 109 da lei 8.666/93, se manifestará, submetendo o Recurso à decisão do Secretário de Estado de Comunicação Social - SECOM.

### 23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1 Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2023, no valor estimado de R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais) e correrá por conta da seguinte dotação: Unidade Gestora: 110.121 -Secretaria de Estado da Comunicação Social, Programa: 034 Ação: 2.177, Sub-ação: 1093 – Divulgação das Ações Governamentais No Estado do Maranhão (DIVULSECOM); Elemento de Despesa – 33.90.39.90 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica - Serviços de Publicidade Institucional.

23.2 O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do art. 57 a Lei 8.666/93 e suas alterações.

23.3 Se a Secretaria de Estado da Comunicação Social optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 A Secretaria de Estado da Comunicação Social se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

### 24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o **Anexo V**, e o prazo de 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no **item 25** deste Edital.

24.1.2 Os serviços serão solicitados à CONTRATADA de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses deste contrato, não seja inferior a **15 % (quinze por cento)** do total executado pelas 03 (três) agências contratadas como resultado da Concorrência que deu origem a este ajuste.

24.1.3 Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no **subitem 24.1**, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a **Secretaria de Estado da Comunicação Social** poderá convocar as



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

24.2 Como condição para a assinatura do Contrato, a **Secretaria de Estado da Comunicação Social** procederá consulta prévia ao Cadastro Estadual de Inadimplentes - CEI para a verificação da situação da Adjudicatária em relação às obrigações pecuniárias vencidas e não pagas, consoante determina o art. 5º da Lei Estadual nº 6.690, de 11 de junho de 1996.

24.2.1 No ato da assinatura do Contrato a adjudicatária estabelecida no Maranhão deverá apresentar Certidão Negativa de Débito com a CAEMA, conforme Decreto Estadual nº 21.178/2005.

24.3 O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Cláusula Terceira da minuta de contrato.

24.4 A Secretaria de Estado da Comunicação Social poderá na forma da lei rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato.

24.5 No interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/1993.

24.6 Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.7 Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

24.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Secretaria de Estado da Comunicação Social sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome da Secretaria de Estado da Comunicação Social, se houver expressa autorização desta.

24.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

24.11 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.12 A contratada centralizará o comando da publicidade da CONTRATANTE na cidade de São Luís, capital do estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá filial dotada de infraestrutura e profissionais suficientes, sem prejuízo de que ponha à disposição da CONTRATANTE recursos de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para a prestação dos serviços no padrão adequado.

24.13 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

## 25. GARANTIA

25.1 A adjudicatária, quando convocada a assinar o Contrato, prestará **garantia contratual** no prazo de até 20 (vinte) dias úteis, observado o percentual de **5% (cinco por cento)** do valor equivalente a 15% (quinze por cento) do Contrato, considerando o disposto no item 24.1.2.

25.1.1 A garantia contratual deverá ter prazo de validade igual ao prazo de vigência do Contrato.

25.2 Caberá à adjudicatária optar por uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei Federal nº 8.666/93, abaixo descritas, apresentadas nas condições seguintes:

25.2.1 *Caução em dinheiro ou Títulos da Dívida Pública;*

25.2.1.1 Se a opção da garantia for **TÍTULOS DA DÍVIDA PÚBLICA**, estes deverão ser emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

25.2.1.2 Se a opção da garantia for **CAUÇÃO EM DINHEIRO**, o seu valor será depositado em nome da **Secretaria de Estado da Comunicação Social**, em conta poupança em instituição bancária a ser oportunamente indicada, a fim de manter a atualização monetária.

25.2.2 *Seguro Garantia*, mediante entrega da competente **apólice**, no original, emitida por entidade em funcionamento no País, em nome da **Secretaria de Estado da Comunicação Social**, cobrindo o risco de quebra do Contrato, devendo conter expressamente cláusula de atualização financeira, de imprescritibilidade, inalienabilidade e de irrevogabilidade, assim como prazo de validade igual ao do Contrato.

25.2.3 *Fiança Bancária*, mediante entrega da competente **CARTA DE FIANÇA**, no original, emitida por entidade em funcionamento no País, em nome da **Secretaria de Estado da Comunicação Social**, devendo conter expressamente cláusula de atualização financeira, de imprescritibilidade, inalienabilidade e de irrevogabilidade, assim como prazo de validade igual ao do Contrato.

25.3 A **Secretaria de Estado da Comunicação Social** poderá descontar do valor da garantia toda e qualquer importância que lhe for devida, a qualquer título, pela Contratada, inclusive multas.

25.3.1 Se o desconto da garantia contratual se efetivar no decorrer do prazo contratual, a Garantia deverá ser reintegrada no prazo de 3 (três) dias, a contar da data de recebimento da Notificação, sob pena de ser descontada pela Contratante na fatura de pagamento correspondente ao mês seguinte.

25.4 Se a garantia for utilizada em pagamento de obrigação não cumprida ou de multa aplicada, após o devido processo legal, assegurado o contraditório e a ampla defesa, a Contratada se obrigará a depositar o montante da diferença do valor apurado, no máximo de 48 (quarenta e oito) horas, a contar da data em que for notificada pela **Secretaria de Estado da Comunicação Social**.

25.5 A garantia será restituída em 30 (trinta) dias, após o cumprimento das obrigações contratuais devidamente atestadas pelo setor competente da **Secretaria de Estado da Comunicação Social**, quando do recebimento definitivo dos serviços.

## 26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de contrato (**Anexo V**), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no **subitem 15.3.**, deste Edital.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

26.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (**Anexo V**).

## 27. FISCALIZAÇÃO

27.1 A Secretaria de Estado da Comunicação Social nomeará um **FISCAL** titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (**Anexo V**), com a anuência da Secretaria de Estado de Comunicação Social.

## 28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada à licitante vencedora penalidade de multa compensatória de 0,25 % (vinte e cinco décimos), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no **subitem 13.5**, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do **subitem 24.1.3**.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela Secretaria de Estado da Comunicação Social, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (**Anexo V**).

## 29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1 É facultada à Secretaria de Estado da Comunicação Social, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

29.1.1 A Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

29.2 A Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.3 Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM, tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1 Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

29.4 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Comissão Setorial de Licitação – CSL/SECOM.

29.5 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

29.6 É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº 8.666/1993.

29.7 Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

29.8 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

29.8.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

29.9 O contratante poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

29.10 Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Secretaria de Estado da Comunicação Social poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.11 Correrão por conta da Secretaria de Estado da Comunicação Social, as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

29.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de São Luis – Ma.

29.13 Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) **Anexo I:** Projeto Básico;
- b) **Anexo II:** Modelo de Procuração;
- c) **Anexo III:** Modelo de Proposta de Preços;
- d) **ANEXO IV:** Briefing Campanha Simulada
- e) **Anexo V:** Minuta de Contrato;

São Luís (MA), 07 de julho de 2023

**Diego Neves**  
Presidente da CSL/SECOM



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## PROJETO BÁSICO

### 1. OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade e propaganda prestados por intermédio de Agência de Propaganda, de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação, incluindo: conceituação, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, e que também não envolvam veiculação – tendo como base a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

Contemplando ainda:

- 1.1 Elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo a concepção das mensagens, ideias, marcas e peças (criação), análise perfil do público-alvo e o estudo dos meios de divulgação, conforme dispõe a Lei 12.232/10 que, seguindo técnicas adequadas, assegurem melhor possibilidade de assimilação e melhor cobertura dos públicos;
- 1.2 Planejamento, concepção, criação de peças publicitárias de forma inovadora, em consonância com as novas tecnologias, comunicação digital e mídias sociais para desenvolvimento, produção e veiculação do material aprovado;
- 1.3 Elaboração e desenvolvimento de marcas, identidade visual e expressões de propaganda, e outros elementos de comunicação visual;
- 1.4 Elaboração de relatórios de campanhas e projetos contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, descrição do investimento da verba e indicadores de resultados a serem entregues mensalmente;
- 1.5 Monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações em mídias de massa (TV, rádio, jornal, revista e internet), produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, com ônus incumbido à agência;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

1.6 Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

## 2. JUSTIFICATIVA

A Secretaria de Estado da Comunicação Social, tem por finalidade assessorar o Governador nas áreas de comunicação social e relacionamento com a imprensa, promover a divulgação das ações do Governo e dos seus órgãos e entidades, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo suas políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

O Governo do Maranhão tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de um estado com mais justiça social e igualdade. A mudança desejada pelo maranhense tem exigido um novo jeito de governar, baseado no diálogo permanente com a sociedade, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem o povo do Maranhão como sua prioridade máxima.

As ações estatais têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, Inter setoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

1. Enfrentar as injustiças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população maranhense, na perspectiva da superação das injustiças sociais historicamente vividas por homens e mulheres nas diferentes dimensões de suas vidas. O propósito é continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos e todas;
2. Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho,



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;

3. Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades do povo maranhense;

4. Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens entre os municípios e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

Entende-se, assim, que a governabilidade eficiente e eficaz, também exige uma comunicação assertiva para interagir com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os maranhenses conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do Governo, mas também para ouvir permanentemente os anseios da população.

A sociedade da informação, que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição da informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de computadores, Internet e Intranet, a explosão da informação em nosso cotidiano, crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento da mídia com o mercado,



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

### **3. A CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADES E SEU FUNDAMENTO**

A contratação dos serviços de publicidade é fundamentada em normas e regulamentações específicas que visam garantir a transparência, a eficiência e a legalidade do processo. No Brasil, a principal norma que regulamenta a contratação de serviços de publicidade é a Lei nº 12.232/2010, que estabelece as regras para contratação de serviços técnicos especializados de publicidade.

De acordo com a Lei nº 12.232/2010, a contratação de serviços de publicidade deve ser realizada por meio de licitação, observando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e probidade administrativa. A licitação pode ser realizada na modalidade de concorrência ou pregão, de acordo com a complexidade e características do objeto a ser contratado.

Além disso, é importante destacar que a contratação de serviços de publicidade deve seguir os princípios da economicidade, razoabilidade, proporcionalidade, competitividade, isonomia, transparência e interesse público. As empresas contratadas devem ser selecionadas com base em critérios objetivos e transparentes, considerando a capacidade técnica, a qualidade dos serviços prestados, o preço e outros fatores relevantes.

Outro aspecto importante é a existência de um processo de planejamento e estratégia de comunicação, que deve embasar a contratação dos serviços de publicidade. Esse processo envolve a definição dos objetivos da campanha, do público-alvo, das mensagens a serem transmitidas, dos canais de comunicação a serem utilizados, entre outros elementos fundamentais para o sucesso da ação publicitária.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

É fundamental respeitar as normas éticas e legais que regem a publicidade, evitando práticas abusivas, enganosas ou que violem os direitos dos consumidores. A contratação de serviços de publicidade deve ser pautada pela busca do interesse público e pela promoção de informações claras, corretas e adequadas ao público-alvo.

É importante ressaltar que, além da Lei nº 12.232/2010, outros dispositivos legais e regulamentares podem ser aplicáveis, dependendo do âmbito de atuação e das particularidades de cada ente ou órgão contratante. É recomendado consultar as legislações vigentes e os órgãos competentes para obter informações atualizadas sobre os procedimentos e requisitos necessários para a contratação de serviços de publicidade.

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá então, ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrer as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrente da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

O art. 25 da Lei 8.666/93, já tinha este o entendimento de que serviços de publicidade e divulgação se constituíam em serviços de natureza singular, com profissionais ou empresas de notória especialização, o que implicaria na inviabilidade de competição. Entretanto, o inciso II desse artigo excepcionava essa inviabilidade de competição e, portanto, a dispensa do processo licitatório, para serviços de publicidade e divulgação. Portanto, exigia-se a realização de procedimento licitatório.

A Lei 12.232/10, em seu artigo 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

#### 4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

4.2 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

##### **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**

4.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com o previsto Edital.

4.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.5. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

4.6 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing de Campanha (Anexo IV), observadas as seguintes disposições:

4.6.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Governo do Estado do Maranhão para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

4.6.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

4.6.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital,, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.6.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado será de **R\$ 2.000.000,00** (dois milhões de reais) para o período de 30 dias de campanha publicitária.

4.6.5 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

**Nessa simulação:**

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

4.7 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

### **Capacidade de Atendimento**

4.8 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.8.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

4.8.2 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

4.8.3 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **Repertório**

- 4.9 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 4.10. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.
- 4.11. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.
- 4.12 O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.
- 4.13 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
- 4.14. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.07.2021.
- 4.15. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.
- 4.16. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

4.17. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Secretaria de Estado da Comunicação- SECOM.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

4.18 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.19 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.20 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

I - será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pela Secretaria de Estado da Comunicação- SECOM;

IV - deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

4.21 A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

4.22. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.07.2021.

4.23. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE ou meio de armazenamento digital físico, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

4.24. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

## **5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

5.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

5.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.3 Plano de Comunicação Publicitária

5.4 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Governo do Estado do Maranhão nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado do Maranhão com seus públicos;

c) das características do Governo do Estado do Maranhão e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do (s) desafio (s) ou do (s) problema (s), geral e ou específico, de comunicação a ser (em) enfrentado(s) pelo Governo do Estado do Maranhão.
- f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esse (s) desafio (s) ou problema (s).

#### 5.5 Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Governo do Estado do Maranhão e a seu (s) desafio (s) ou problema (s), geral e ou específico, de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Governo do Estado do Maranhão com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do (s) desafio (s) ou do (s) problema (s), geral e ou específico, de comunicação do Governo do Estado do Maranhão;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Governo do Estado do Maranhão, o mercado no qual se insere, seu (s) desafio (s) ou problema (s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

#### 5.6 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Governo do Estado do Maranhão;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- g) sua pertinência às atividades do Governo do Estado do Maranhão e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 5.7 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do Governo do Estado do Maranhão;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 5.8 Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Governo do Estado do Maranhão;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre o Governo do Estado do Maranhão e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

colocará regularmente à disposição do Governo do Estado do Maranhão, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 5.9 Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 5.10 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

5.11 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

5.12. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

<b>Quesitos/Subquesitos</b>		<b>Pontos</b>
Plano de Comunicação Publicitária		65
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
<b>Pontuação máxima total</b>		<b>100</b>

5.13 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

5.14 A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

5.15 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as 03 (três) maiores notas.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## 6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

6.3 A proposta de preços deverá ser apresentada em quesitos conforme modelo exibido no “Anexo III” deste instrumento convocatório, e cuja análise pela CSL/SECOM adotará o rito previsto no art. 46, §1º da Lei nº. 8.666/93, aplicável às concorrências públicas do tipo “MELHOR TÉCNICA” e, portanto, se procederá à sua valoração para atribuição de pontos com a finalidade estrita de se apurar a menor proposta de preços para fins de referência na negociação subsequente, o que não implicará em acréscimo de pontuação na classificação do licitante obtida com a pontuação auferida no julgamento da proposta técnica, não obstante, a proposta de preços poderá ser desclassificada caso não atenda as normas e condições legais e editalícias, caso em que consequentemente o licitante será desclassificado do certame independentemente de sua classificação em fase anterior.

6.4 A remuneração máxima fixada (como exige o art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993) a ser paga pelos serviços contratados, consiste na estipulação abaixo descrita e reflete quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário, deve ser considerada item a item isoladamente, pelo que serão rejeitadas propostas que extrapolem o limite máximo remuneratório ora descrito para qualquer dos itens que a compõe, e desse modo serão DESCLASSIFICADAS propostas de preços:

a) que ofertem **desconto inferior a 60% (sessenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) que estipulem **percentual de honorários superior a 0 % (zero por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

c) que estipulem **percentual de honorários superior a 0% (zero por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) que estipulem **percentual de honorários superior a 1 % (um por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) que ofertem reversão à CONTRATANTE **inferior a 25% (vinte e cinco por cento)**, na forma de desconto sobre a nota fiscal de veiculação, do valor que lhe caiba a título de desconto padrão de agência.

6.5 Os serviços de produção, quando veiculados, **não serão remunerados** por honorários e apenas terá a Contratada o direito do desconto padrão concedido pelo veículo, que trata a **alínea “d”**.

6.6 Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos ‘desconto’ e ‘honorários’ serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes do item 1.1 de sua Proposta de Preços, sem o símbolo “%”.

6.7 A nota total de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.1, como segue:  $P = P1 + P2 + P3 + P4$ .

6.8 A negociação das condições comerciais terá como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima, conforme determinação do art. 46, §1º, inciso II da Lei nº 8.666/93.

6.9 No caso de impasse na negociação junto à proponente melhor classificada no julgamento da proposta técnica, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação.

6.10 Os percentuais de que tratam o item 2 do Anexo III não serão objeto de negociação, e permanecerão inalterados os percentuais estabelecidos pelas próprias licitantes em suas Propostas de Preços, sendo desnecessária sua adequação, ressalvada a possibilidade de desclassificação da proposta caso extrapolado o preço máximo estipulado para o referido item.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

6.11 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM considerará o preço por extenso.

6.12 Os valores cobrados por reutilização de peças e respectivos direitos autorais não serão objeto de negociação, e permanecerão inalterados os percentuais estabelecidos pelas próprias licitantes em suas Propostas de Preços, sendo desnecessária sua adequação, ressalvada a possibilidade de desclassificação da proposta caso extrapolado o preço máximo estipulado para o referido item.

## **7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

Para a prestação dos serviços serão contratadas 03 (três) agências de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2023, no valor estimado de R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais) e correrá por conta da seguinte dotação: Unidade Gestora: 110.121 -Secretaria de Estado da Comunicação Social, Programa: 034 Ação: 2.177, Sub-ação: 1093 – Divulgação das Ações Governamentais No Estado do Maranhão (DIVULSECOM); Elemento de Despesa – 33.90.39.90 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica - Serviços de Publicidade Institucional.

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do art. 57 a Lei 8.666/93 e suas alterações.

## **8. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d) que se apresentem na qualidade de subcontratadas;
- e) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Estadual;
- f) suspensas de participar de licitação e impedidas de contratar com o Estado do Maranhão, conforme art. 87, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/1993, durante o prazo da sanção aplicada;
- g) declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, direta e indireta, federal, estadual ou municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme art. 87, inciso IV, da Lei Federal nº 8.666/1993;
- h) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios, representantes legais ou representantes técnicos comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## **9. DISPOSIÇÕES GERAIS**

Esta Concorrência será processada e julgada pela COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO - CSL/SECOM, nomeada em conformidade com a legislação.

São Luís (MA), 01 de junho de 2023.

---

SALOMAO DE JESUS DOS SANTOS  
Gestor de Marketing - SECOM  
ID 00239026-2

APROVAÇÃO/OBSERVAÇÃO

---

ROBERTA CAMPOS DA CRUZ GOMES  
Secretária-adjunta de Marketing e Canais Digitais - SECOM  
ID 886561-01





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## ANEXO II

### MODELO DE PROCURAÇÃO

**Outorgante**

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc.)

**Outorgado**

O representante devidamente qualificado

**Objeto**

Representar a outorgante na Concorrência ...../2023.

**Poderes**

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

São Luis (MA).....-.,.....de ..... de 2023.

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**ANEXO III**

**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

**1. Preços sujeitos a valoração para apuração da proposta de menor preço**

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

- I. **Desconto, a ser concedido a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de % (.....)** em relação aos preços previstos na tabela do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- II. **honorários a serem cobrados da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de % (.....)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- III. **honorários a serem cobrados da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de % (.....)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- IV. **honorários a serem cobrados da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de % (.....)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- V. reversão à **Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM do percentual de \_\_ % (\_\_\_\_ por cento)**, na forma de desconto sobre a nota fiscal de veiculação, do valor que lhe caiba a título de desconto padrão de agência.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de .... (...) dias corridos, contados de sua apresentação.

## **2. Reutilização de peças publicitárias – direitos autorais**

2.1 Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o ANUNCIANTE pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original a título de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre:

I - trabalhos de arte e outros: \_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento);

II - obras consagradas incorporadas a peças: \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento);

2.2 Para a reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

## **3. Outras declarações**

3.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo V).

3.2 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos, transferindo a Secretaria de Estado da Comunicação Social - SECOM as vantagens obtidas.

3.3 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.

3.4 Declara que apresenta a Proposta de Preços ciente e em concordância com os termos do Edital desta concorrência.

São Luis (MA)..... -....., de.....de 2023

(nome da licitante)

\_\_\_\_\_  
Representante legal



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## **ANEXO IV**

### **BRIEFING CAMPANHA SIMULADA**

#### **I - INTRODUÇÃO**

Para facilitar o trabalho das agências licitantes, escolhemos um tema e o modo de veiculação para simulação que servirá para avaliação da subcomissão técnica. Este esclarecimento se faz necessário para não interromper prazos, pois não interfere no andamento e na legalidade do processo.

#### **II - DADOS GERAIS**

A comunicação de Governo atende ao princípio constitucional da publicidade e visa, principalmente, divulgar ações, programas, obras, serviços, direitos e serviços colocados à disposição dos cidadãos.

A Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, tem por finalidade assessorar direta e indiretamente o Governo do Estado do Maranhão no planejamento, organização, implementação e coordenação geral da política de comunicação social do Poder Executivo. Além de estabelecer como atribuições, o assessoramento direto ao Governo do Estado, está responsável pela execução, controle e planejamento da política da Comunicação Social do poder executivo. Também faz, a coordenação e integração das ações do Governo, nos atos das gestões, na avaliação e monitoramento da ação governamental e das gestões, dos órgãos e entidades da administração estadual; visando assim, a uniformização da Comunicação Social.

O papel da SECOM visa a “divulgação das ações governamentais”, objetivando dar maior consistência e transparência às ações de governo, proporcionando desta forma incentivo a sociedade para participar do processo de desenvolvimento socioeconômico, através da comunicação.

O Maranhão tem realizado um conjunto de reformas e inovações objetivando aperfeiçoar as etapas do ciclo das políticas públicas. Iniciativas como a melhoria da transparência pública; o estímulo à participação popular; e a substituição do sistema



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

transacional de planejamento e gestão fiscal têm se traduzido na modernização e na integração dos instrumentos de planejamento e orçamento.

Notoriamente os programas e ações deste Governo se avolumaram de tal forma nesse ano de 2023 que, cumprir com tamanhas demandas de divulgação de ações, programas lançados, informações principalmente de utilidade pública necessárias para o bom e transparente acesso aos atos governamentais em benefício da população.

**III - TEMA:**

“BRASIL UNIDO CONTRA A DENGUE, ZIKA E CHIKUNGUNYA, O MARANHÃO FAZ PARTE DESTA LUTA!”

O Ministério da Saúde é um órgão do governo, do Poder Executivo Federal, responsável pela organização dos planos e das políticas públicas voltadas para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros. O Estado do Maranhão, de janeiro a abril deste ano, já registrou 3,1 mil novos casos prováveis de dengue, o que representa um aumento de 24,95% em comparação ao mesmo período do ano passado. No entanto, a dengue não foi a única arbovirose a apresentar crescimento na região: em comparação com o mesmo período de 2022, a Zika deixou a marca de 34 casos prováveis para 113; enquanto a chikungunya aumentou de 783 casos prováveis para 1,1 mil casos. O objetivo do contato com a agência se deve à necessidade da elaboração e divulgação de uma campanha sobre a prevenção dessas doenças.

**IV - OBJETIVO:**

O objetivo da campanha é alertar e complementar às medidas de reforço que vêm sendo adotadas pelo Ministério da Saúde para prevenção e controle das doenças, bem como para a garantia da assistência à população, que terá como foco orientar os maranhenses sobre a forma correta de como evitar as doenças, sendo, pois, a prevenção, a melhor maneira de fazer.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## **V - PROBLEMAS E OPORTUNIDADES:**

### Situação epidemiológica

Em 2023, até o final de abril, houve aumento de 30% no número de casos prováveis de dengue em comparação com o mesmo período de 2022 em todo Brasil. As ocorrências passaram de 690,8 mil casos, no ano passado, para 899,5 mil neste ano, com 333 óbitos confirmados. Fatores como a variação climática e aumento das chuvas no período em todo o país, o grande número de pessoas suscetíveis às doenças e a mudança na circulação de sorotipo do vírus são fatores que podem ter contribuído para esse crescimento. Já em relação à chikungunya, no mesmo período, foram notificados 86,9 mil casos da doença, com taxa de incidência de 40,7 casos por 100 mil habitantes no país. Quando comparado com o mesmo período de 2022, ocorreu um aumento de 40%. Neste ano, foram 19 óbitos confirmados. Em relação aos dados de Zika, até o final de abril, foram notificados 6,2 mil casos da doença, com taxa de incidência de 3 casos por 100 mil habitantes no país. Houve um aumento de 289% quando comparado ao mesmo período de 2022, quando 1,6 mil ocorrências da doença foram notificadas. Até o momento, não houve óbito por Zika.

**Problemas:** a maioria das pessoas pensa que, cuidando apenas de sua residência, estará seguro perante a dengue. Porém, se faz necessário que ela prospecte e oriente seus vizinhos e familiares, para que realmente esteja seguro, pois, mesmo sua casa estando sem o foco, a pessoa pode ter dengue, caso seu vizinho tenha foco.

**Oportunidades:** A prevenção é a melhor forma de combater a doença. Evitar acúmulo de inservíveis, não estocar pneus em áreas descobertas, não acumular água em lajes ou calhas, colocar areia nos vasos de planta e cobrir bem tonéis e caixas d'água, receber a visita do agente de saúde, são algumas iniciativas básicas. Todo local de água parada deve ser eliminado, pois é lá que o mosquito transmissor, o *Aedes aegypti*, coloca os seus ovos., o que torna propício o momento de divulgação da campanha.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**VI - PÚBLICO ALVO:**

A campanha deve abranger o público em geral, tendo como Target todas as camadas da sociedade maranhense e público externo, a sociedade em geral (das classes sociais A, B, C, D e E)

**VII - OBJETIVOS DE MARKETING:**

Sustentar, para a sociedade, a imagem de interesse na saúde pública por parte do Governo do Estado do Maranhão.

Objetivos de comunicação:

- ✓ Informar como se combate à Dengue, Zika e Chikungunya;
- ✓ Comunicar que apenas cuidar de sua residência não significa estar seguro;
- ✓ Informar os sintomas das doenças;

Obrigatoriedades e Limitações:

Obrigatoriedades:

- Informar como se combate a Dengue, Zika e Chikungunya, o que é cada doença, como se contrai, como evitá-las e como é o transmissor que as ocasiona;
- Deve constar da campanha o nome do mosquito transmissor;
- A assinatura do material audiovisual deve conter a logo do Ministério da Saúde, do Governo federal e do Governo do Estado do Maranhão;
- No spot deve-se assinar com o Ministério da Saúde, o Governo federal e o Governo do Estado do Maranhão, através da locução;
- Deve contar imagens representativas do mosquito da dengue;
- Deve ter informativo explicando como evitar as doenças.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

### **VIII - PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES**

- Estudos, pesquisas, relatórios e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do Governo do Estado através da SECOM para entendimento do desafio de comunicação.
- Fontes complementares de informação, tais como portal na internet, manuais de marcas, poderão ser disponibilizados.

### **IX - RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO**

O Governo do Estado do Maranhão através de sua Secretaria de Saúde dispõe de endereço eletrônico na internet para hospedagem de conteúdo, página nas principais redes sociais, espaços para comunicação interna com seus servidores, instalações físicas dos diversos pontos de atendimento de nossas secretarias, principalmente no atendimento à população que podem ser utilizadas na campanha simulada.

Em caráter complementar e para reforçar os esforços publicitários, o Governo do Estado pode dispor dos seguintes canais proprietários de comunicação:

- Portal [www.ma.gov.br](http://www.ma.gov.br)
- Perfis do Governo do Estado em Redes sócias: Twitter, Youtube, Instagram, Telegram, Facebook, Tiktok.
- Radio Timbira

#### **MARCA**

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade do Poder Executivo Estadual encontra-se no seguinte endereço: Secretaria de Estado da Comunicação Social Av. Dom Pedro II, s/nº, Centro, Ed. João Goulart 5º andar, São Luís, Maranhão. CEP 65.010-070 Telefone: (98) 2016-4202

<https://secom.ma.gov.br>

[csl.secom.ma@gmail.com](mailto:csl.secom.ma@gmail.com)

**Prazo da campanha:** 30 dias

**Praça:** Todo o Estado do Maranhão



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**Verba:** Custo total da campanha incluindo produção e veiculação de mídia R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)

**Mídias:** De acordo com o plano de mídia da agência em todas as plataformas de comunicação online e off-line.

### **X - ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO**

A Secretaria de Estado da Saúde (SES) intensificou a mobilização para conscientizar a população sobre a importância de combater os criadouros do mosquito *Aedes aegypti*, que transmite doenças como dengue, zika e chikungunya. Outra medida adotada pela SES é o trabalho em conjunto com os municípios e a emissão de notas de alerta orientando e recomendando a respeito dos cuidados no período de alta transmissão de dengue, chikungunya e Zika. Além disso, reforça a importância do monitoramento regular das ações estratégicas de controle e visitas domiciliares no estado.

**Observações 1:** Apesar de muitas ações de comunicação terem sido tomadas isoladamente, a escolha de uma abordagem inédita para este certame como proposta de campanha simulada foi observada como medida positiva para avaliação da subcomissão técnica.

### **INFORMAÇÕES**

SITE DA SECRETARIA DE ESTADO DA SAUDE

MINISTERIO DA SAUDE

SITE GOVERNO DO ESTADO



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**ANEXO V**

MINUTA DO CONTRATO \_\_\_\_ / \_\_\_\_

CONTRATO / - SECOM/MA

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, FIRMADO ENTRE O ESTADO DO MARANHÃO, ATRAVÉS DA SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM E \_\_\_\_\_ NA FORMA ABAIXO:**

O **ESTADO DO MARANHÃO**, através da **SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM**, situada no Edifício João Goulart, 5º e 6º andar, na Avenida Dom Pedro II, s/n, Bairro Centro, São Luís/MA, inscrita no CNPJ sob o nº. 05.733.936/0001-45, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato, representada por \_\_\_\_\_, e a empresa \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por seu representante legal \_\_\_\_\_, resolvem celebrar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência nº 001/2023-CSL/SECOM-MA, **Processo Administrativo nº 0097216/2023-SECOM**, submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS**

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 8.666/1993.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados - o Edital da Concorrência nº 001/2023-CSL/SECOM e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela CONTRATADA.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

## CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente avença a prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, cujo objeto inclui a concepção e elaboração de peças publicitárias – criação e produção de conteúdos impressos e audiovisuais especializadas nos métodos, na arte e nas técnicas publicitárias, estudo, concepção, execução e distribuição de propaganda aos veículos de comunicação. Contempla ainda: o estudo, a concepção, a execução interna, a supervisão da execução externa (produção) e a distribuição de campanhas e peças publicitárias que envolvam ou não veiculação; a elaboração de marcas e expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual que se fizerem necessários dentro do processo de criação de campanhas e peças.

2.1.1 Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

- a) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- b) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1 Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3 A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4 Os serviços serão solicitados à CONTRATADA de modo a garantir que o valor efetivamente realizado por ela, na vigência inicial de 12 (doze) meses deste contrato, não seja inferior a **15% (quinze por cento)** do total executado pelas 03 (três) agências contratadas como resultado da Concorrência que deu origem a este ajuste.

2.4.1 Na hipótese de prorrogação deste contrato, esse percentual de garantia poderá ser reduzido ou eliminado, a juízo da CONTRATANTE.

2.5 A CONTRATADA, observado o disposto no subitem 3.2.2 do Edital da Concorrência que deu origem a este ajuste, atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE, indistintamente e independentemente de sua classificação no referido certame, e não terá, particularmente, exclusividade em relação a nenhum dos serviços previstos nos subitens 3.1 e 3.1.1.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO**

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.2 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 7.10 deste contrato.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

#### **CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em **R\$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais)**, conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2024, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária: Unidade Gestora: 110.121 - Secretaria de Estado da Comunicação Social, Programa: 034 Ação: 2.177, Sub-ação: 1093 – Divulgação das Ações Governamentais No Estado do Maranhão (DIVULSECOM); Elemento de Despesa – 33.90.39.90 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica - Serviços de Publicidade Institucional.

4.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.4 A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

5.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 A CONTRATADA, no ato da assinatura do contrato de prestação de serviços, deverá estar adimplente no Cadastro Estadual de Inadimplentes – CEI.

5.1.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Realizar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores - todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 deste contrato.

5.1.3. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em São Luís/MA, onde, para esse fim, manterá filial dotada de infraestrutura e profissionais suficientes e ainda utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados, para



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

5.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II- Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Sistema de Aquisições – SIGA, do Estado do Maranhão, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII – A CONTRATADA, após recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora, fica obrigada a efetuar o pagamento aos fornecedores no prazo de 15 (quinze) dias, bem como, informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **GESTOR/FISCAL** deste contrato.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

5.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a **0,5%** (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.5 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - Um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II- Dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.2 O resultado de eventual negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.3 O serviço de aferição e auditoria de mídia será de responsabilidade da CONTRATADA, e deverá ser apresentado sob forma de Relatório de Checagem de Veiculação, não gerando quaisquer ônus para a CONTRATANTE, e na impossibilidade de sua obtenção será necessária apresentação de declaração do veículo de efetiva veiculação, nos moldes adiante descritos neste contrato.

5.1.11.4 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em *Betacam*, e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em pendrive;
- c) Rádio: cópias em pendrive, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo pendrive, mantida a exigência de apresentação de cópia em *Betacam* com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

5.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

## **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas;
- c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na Concorrência que deu origem a este





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

### **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Secretaria de Estado da Comunicação Social e Assuntos Políticos.

7.1.1 Serão nomeados um **GESTOR** e um **FISCAL**, um titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção, com a anuência da Secretaria de Estado da Comunicação Social e Assuntos Políticos.

7.1.1.1 Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao **GESTOR DO CONTRATO** verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.11 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao **GESTOR** deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

#### **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

a) que ofertem **desconto inferior a \_\_\_% (por cento)** em relação aos preços previstos na tabela da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) que estipulem **percentual de honorários superior a \_\_\_% (por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) que estipulem **percentual de honorários superior a \_\_\_% (por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) que estipulem **percentual de honorários superior a \_\_\_% (por cento)**, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

e) que ofertem reversão à CONTRATANTE inferior a \_\_\_% (por cento), na forma de desconto sobre a nota fiscal de veiculação, do valor que lhe caiba a título de desconto padrão de agência.

8.1.5 Os serviços de produção, quando veiculados não serão remunerados por honorários. Apenas terá a Contratada o direito do desconto padrão concedido pelo veículo.

8.1.5.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.5.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pela Federação ou autenticada por ela.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

8.5 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

### **CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1, a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação, **15 % (quinze por cento)** à CONTRATADA e **5 % (cinco por cento)** à CONTRATANTE.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

### **CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

10.1 A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Estadual, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50 % (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50 % (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I- A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II- Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III- Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I- A correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRANTE, CNPJ nº. 05.733.936/0001- 45, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta bancária de titularidade da CONTRATADA, bem como toda a documentação fiscal, que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal, que trata o item 11.5.1.

II- A primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

III- Os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhadas pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no endereço constante do rodapé deste instrumento contratual.

11.1.2 O **FISCAL** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - Serviços executados pela CONTRATADA:

- a) Intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II - Serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) Produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- d) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, rede nacional, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 11.2, II, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, será conferido Fiscal do Contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) Como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) Como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

II.1) - Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2) - Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3) - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III- Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

11.5 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA no Cadastro Estadual de Inadimplentes - CEI.

11.5.1 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.6 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.6.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.7 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até **15 (quinze)** dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

11.9.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1 A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de **R\$ 247.500,00 (duzentos e quarenta e sete mil e quinhentos reais)**, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor mínimo de 15% (quinze por cento) estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias úteis, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

12.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 20



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

(vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.4.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu FISCAL, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.5.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I - Advertência;

II - Multa de mora e multa por inexecução contratual;

III - Suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV - Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1 Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

13.1.2 As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2 A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I - as multas e a advertência serão aplicadas pelo Secretário de Estado da Comunicação Social e Assuntos Políticos;

II - Caberá ao Secretário de Estado da Comunicação Social e Assuntos Políticos aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade;

13.3 A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I - Descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II - Outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao desenvolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1 No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4 A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1 O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1 % (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2 O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviço caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5 A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I - De 1 % (um por cento), calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou a execução insatisfatória deste contrato;

II- 1 % (um por cento), calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1, pela:



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- a) Recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;
- b) Inexecução total deste contrato;
- c) Pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6 A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – Por até 02 (dois) anos:

- a) Não conclusão dos serviços contratados;
- b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da ORDEM DE SERVIÇO, depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo a CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) Apresentação, à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificado, no todo ou em parte, com o objetivo de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei nº 8.666/1993, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
- h) Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

13.7 A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

- I - Sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II - Demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III - Reproduzir, divulgar ou utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2 A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8 Da aplicação das sanções de advertência, multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1 O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) As multas e a advertência: pelo Secretário de Estado da Comunicação Social por intermédio do Fiscal do Contrato;
- b) Suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Governo do Estado do Maranhão.

13.9 As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante





ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

equivalente ao prejuízo excedente que causar na forma do parágrafo único do art. 416 do Código Civil Brasileiro.

13.10 A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/1993, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11 O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda, quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1 O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional;
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e



ESTADO DO MARANHÃO  
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

- h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.



ESTADO DO MARANHÃO  
 COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSL  
 SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO**

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de São Luís – Maranhão.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias.

São Luís (MA), \_\_\_\_ de outubro de 2023.

\_\_\_\_\_  
**CONTRATANTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTRATADO**

*Testemunhas:*

\_\_\_\_\_  
 Nome  
 CPF  
 Endereço

\_\_\_\_\_  
 Nome  
 CPF  
 Endereço