



DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

EDITAL

EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPEMA), por sua Comissão de Contratação Especial, instituída pela Portaria nº 0260/2025-DPGE, de 18 de março de 2025 publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, anexa ao processo, torna público para conhecimento dos interessados que realizará às **09h do dia 27 de maio de 2025**, na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, sob o regime de execução indireta: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, para a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de Publicidade Institucional, que será processada e julgada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10; subsidiariamente pela Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações; da Lei nº 4.680/1965 e demais disposições presentes neste Edital.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

2.1.1. O estudo e o planejamento previsto objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.2. Desse modo, a Contratada deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços especializados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem da DPE/MA:

a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou

serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes, bem como análises e estudos de branding de marcas;

d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

e) Planejamento e execução de estudos/pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

f) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

g) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e execução das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);

h) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1. A **CONTRATADA** deverá ter equipe especializada na gestão estratégica e operacional de campanhas de comunicação digital, contemplando as seguintes atividades:

a) Planejamento, conceituação, concepção, criação, setup e gerenciamento de campanhas digitais;

b) Aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization);

c) Compra, análise e otimização de mídia digital, com a manutenção de design para conteúdos de Marketing Digital e Inbound Marketing, bem como gestão de mídia paga e sustentação e revisão da estratégia de branding adotada pela instituição;

d) Monitoramento, análise e apresentação de resultados das campanhas digitais.

2.2.2. A equipe será responsável pela elaboração de relatório de performance de campanhas digitais, contendo os principais KPI do processo, tais como: impressões, alcance do anúncio, clique por anúncio, leads, taxa de conversão, taxa de cliques, valor por palavra-chave, valor por clique, custo por aquisição, origem do lead, investimento total, período do investimento e outras informações que a **CONTRATADA** e a DPE/MA julgarem pertinentes para avaliar e acompanhar a performance das campanhas; além de análise crítica das ações, impactos gerados, recomendações e insights.

2.3. Durante cada campanha digital, a **CONTRATADA** deverá nutrir a DPE/MA com atualização diária dos indicadores de performance ou disponibilizar acesso da equipe da Assessoria de Comunicação à plataforma de gerenciamento desses dados, alertando para possíveis medidas corretivas no planejamento.

2.3.1. O relatório final de performance de uma campanha digital deverá ser enviado em até 03 (três) dias após a sua conclusão.

2.4. A **CONTRATADA** deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a DPE/MA, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

2.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

2.6. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

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

2.8. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2 – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.9. As ações de publicidade da **CONTRATANTE**, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

3. **DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

3.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

3.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a DPE/MA;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a DPE/MA;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

3.2.1. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

3.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

3.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação Especial o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Defensoria, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital será fornecido pela DEFENSORIA de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

I- www.gov.br/pncp

II- <https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes>.

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da Estado e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

5. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 1.000.000,00 (um milhão reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

5.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	03.092.0623.6005.023316

5.3. A Defensoria se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

5.4. No interesse da DPE/MA, a contratada ficará 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 do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

5.5. Se a DEFENSORIA optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

5.6. Na prorrogação, a DEFENSORIA poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

5.7. A DEFENSORIA poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação Especial, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

I- por carta ou ofício: protocolizado na DPE/MA, de segunda a sexta, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada na sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA - CEP: 65075-696;

II- pelo e-mail cpldpe@ma.def.br da Comissão de Contratação Especial da DPE/MA.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação Especial em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, <https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes>, sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.2.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.2.3. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada no no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696;

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail cpldpe@ma.def.br da DPE/MA, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

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

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

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação Especial:

I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 06 (seis) dias úteis antes da data de abertura do certame;

7.7. Considera-se licitante, para efeito do inciso I do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação Especial 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 Técnica e de Preços 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 Comissão de Contratação Especial 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 III. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação Especial cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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 Comissão de Contratação Especial, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

I - Dia: XX/XX/2025.

II - Hora: às XX horas no horário oficial de Brasília (XXh horas no horário oficial do MA).

III - Local: na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696

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

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação Especial.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação Especial condicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1. 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 deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação Especial, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor de Licitação, situado no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

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

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

Invólucro nº 2

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

10.1.2.1. 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 Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.2.2. 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.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. 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 e Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.3.2. 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.

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. 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.

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 11.2.2 deste Edital;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II. impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito 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 subquestito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquestito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer 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 prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no **Briefing (Anexo II)**, observadas as seguintes orientações:

11.3.1. **Subquestito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do ANUCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. **Subquestito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o

que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. **Subquesto 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passé-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou leiaute eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela

licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), 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) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

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

11.3.4. **Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I- estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da DPE/MA a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II- tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III- plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV- simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;
- c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;
- d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;
- e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;
- i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá 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;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.5.3.1. 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 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

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.

11.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas

as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação 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.

11.7. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, 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 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

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

11.8.2. Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

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

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

III- não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV- deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, 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 qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III- para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

12.2.1. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

12.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.2.1.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa**

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.1.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;

e) a relevância e 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 ANUNCIANTE.

12.2.1.6. Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.1.7. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação

do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

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

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	20 pontos
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	1.3 Ideia Criativa	20 pontos
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		100

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. 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.

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação Especial, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. 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 Presencial 90001/2025 – DPE/MA

13.1.2. O Invólucro nº 4 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.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de **Proposta de Preços** que constitui o **Anexo IV** e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, 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.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do, Art. 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a época da apresentação da proposta, referentes a peça 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) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça 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, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II- à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III- à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 15% (dez por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, 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.

14.3. O prazo de validade da **Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos**, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

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

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

I- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

II- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;

III- o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

15.6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação Especial considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão de Contratação Especial adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial 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.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues 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 Presencial 90001/2025 – DPE/MA

17.1.3. O Invólucro nº 5 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.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I- em via original; ou

II- em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III- em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato da abertura dos documentos de Habilitação; ou

IV- sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado (SICAF);

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

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. 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;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo 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) ato 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.

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

- a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;
- 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;
- e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
- f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) 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.

18.2.3. 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 2.1 deste Edital;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
 - b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;
 - b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;
 - a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
 - b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços

provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

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, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

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 e em jornal de grande circulação ou cópia 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 competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV- para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e 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.

18.2.4.2. 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 18.2.4, 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(um)):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG=	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC=	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S=	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea 'a', ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea 'b', todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 100.000,00 (Cem mil reais).

18.2.5. **Declarações:**

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

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90001/2025

<nome da licitante>, 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 VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, 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 a ressalva a seguir:>

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

<local e data>

<representante legal da licitante>

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90.001/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, 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 <nome da 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 ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e
- 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>

18.3. 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.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a inexistência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado - SICAF, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

- a) declaração(ões), expedidas 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 2.1;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 18.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.5.

18.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 18.2.4.1.

18.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 3, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Portaria nº 0260/2025-DPGE/MA, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pelo Defensor Geral da DPE/MA

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre

os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação Especial deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação Especial, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos **subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital**.

20.3.4. 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 o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação Especial de justificativa para a exclusão.

20.3.5. 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.

20.3.6. 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.

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

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

20.3.7. 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 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão de Contratação Especial e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão de Contratação Especial e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.
- 2.
- I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;
 - II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;
 - III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;
 - IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
 - V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;
 - VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e
 - VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: de de

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos **Invólucros nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e **nº 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação Especial, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não

devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação Especial.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) ., para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

– NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

– NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

– NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

– NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

– NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação Especial.

Data: ____ de _____ de _____

Assinatura Servidor

20.4.1.1. Os membros da Comissão de Licitação Especial e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação Especial, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

c) Pelo site oficial da DPE/MA (<https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes>).

d) Pelas mensagens e avisos do Compras.gov.br (<https://www.gov.br/compras/pt-br>).

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão de Contratação Especial, instalada no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação Especial poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados pela Comissão de Contratação Especial, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação Especial, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas 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 Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. 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.

23.1.2. 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.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos

critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação Especial quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação Especial ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.8. A Comissão de Contratação Especial poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 9.2** e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;
- d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital;

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação Especial se:

- a) não estiver identificado;
- b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação Especial não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2. 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 de Contratação Especial, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

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

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

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

23.2.2.1. A Comissão de Contratação Especial, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação Especial.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação Especial ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação Especial desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3. A Comissão de Contratação Especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. 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 de Contratação Especial.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação Especial na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação Especial, 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 deste Edital.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação Especial à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação

Especial, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação Especial, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'b' e 'c' do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.6.3. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada 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

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes, na forma do item 21, 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 os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. 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, a partir de solicitação da Comissão de Contratação Especial.

Terceira Sessão

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, 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 as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial 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, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e, caso contrário, efetuar a negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;

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

Quarta Sessão

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido

julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, 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) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea 'c' do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;
- g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora 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.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

- a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;
- b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;
- c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora terão o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da

cominação prevista no § 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011- Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. 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 prorrogados nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.5. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.6. 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 § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.7. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em São Luís - MA, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.8. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. O PRAZO DO CONTRATO

26.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, conforme as condições estabelecidas na Minuta do Contrato.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme o Art. 89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução 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 Minuta de Contrato (Anexo V).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item

15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. **SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

30.1. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos do Contrato (Anexo V).

31. **DISPOSIÇÕES FINAIS**

31.1. É facultada à Comissão de Contratação Especial, 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.

31.2. A Comissão de Contratação Especial, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (questo Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3. A Comissão de Contratação Especial deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6. 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.

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o

ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

31.8. 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. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

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

31.10. 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.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

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

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

31.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13. As sessões serão gravadas em vídeo e transmitidas ao vivo, pela internet, em endereço eletrônico a ser em momento oportuno divulgado na página da DPE/MA, <https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes>.

31.14. A justificativa para a realização da Concorrência Presencial fundamenta-se no fato de que o Sistema ComprasNET ainda não está apto a processar concorrências do tipo melhor técnica, cujo objeto envolve serviços de comunicação ofertados pela DPE/MA.

31.15. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de São Luís.

31.16. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I - Termo de Referência

APÊNDICE 1 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

APÊNDICE 2 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

TÉCNICAS

APÊNDICE 3 - APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

APÊNDICE 4 - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

b) Anexo II: Briefing

c) Anexo III: Modelo de Procuração

d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços

e) Anexo V: Minuta de Contrato

f) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar

São Luís, 26 de março de 2025.

Comissão de Contratação Especial

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO II – BRIEFING

1. INTRODUÇÃO

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição permanente, essencial ao Sistema de

Justiça, com incumbência constitucional e democrática da promoção integral e gratuita da assistência e orientação jurídica aos vulnerabilizados, dos direitos humanos, dos direitos e interesses individuais, coletivos e difusos e a defesa judicial, extrajudicial e administrativa, em todos os graus e instâncias, consoante o art. 5º, inciso LXXIV da Constituição Federal. A Defensoria Pública do Estado do Maranhão não deve subordinação a nenhum dos três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e goza de autonomia administrativa e financeira.

Em abril de 2024, a Defensoria Pública maranhense completou 23 anos de criação e é chefiada pelo Defensor Público-Geral do Estado, escolhido pelo Governador do Estado dentre os integrantes de lista tríplice formada pelo voto de todos os defensores públicos do Estado. Mesmo com mais de duas décadas de existência, e um crescimento institucional importante, a Defensoria Pública ainda enfrenta grandes desafios no tocante à consolidação da sua imagem como uma instituição essencial ao Sistema de Justiça, condutora da política pública de acesso a direitos.

Em 2017, em pesquisa de satisfação e imagem realizada pelo Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), a Defensoria Pública foi apontada como a instituição mais importante do país, na avaliação de 92,49% dos brasileiros entrevistados. Embora o resultado seja favorável, ainda há uma lacuna muito grande a ser preenchida pela instituição, presente em apenas metade das comarcas brasileiras, o que significa dizer que são mais de 48 milhões de pessoas sem acesso aos serviços da Defensoria e, possivelmente, com pouco ou nenhum conhecimento sobre como garantir o exercício pleno de seus direitos.

O Maranhão já avançou um pouco mais. Em outubro de 2024, mais de 73% das comarcas maranhenses já contavam com os serviços da instituição. Mesmo tendo um percentual de cobertura territorial positivo, o assunto “Defensoria Pública” ainda se mantém como um enigma para parte da população, sobretudo aos que mais precisam e vivem em regiões afastadas, ratificando o que a pesquisa da CNMP já apontava há sete anos: os estados do Nordeste e mais precisamente as classes C e D, público em potencial da Defensoria, estão entre os que mais desconhecem o papel da instituição que surgiu com a Constituição Cidadã, e foi sendo implementada ao longo dos anos. Aqui no Maranhão, por exemplo, a Defensoria Pública foi criada pela Lei Complementar 19, de 11 de janeiro de 1994. No entanto, a Instituição foi efetivamente instalada sete anos depois, em 2001, com a realização de concurso para ingresso na carreira, que resultou na nomeação dos primeiros defensores públicos do estado.

Por isso, nos últimos seis anos, redobramos os esforços da Assessoria de Comunicação na divulgação dos serviços da instituição, sobretudo nos meios digitais. Estratégia que alavancou o processo de divulgação da marca nas redes sociais. No entanto, o alcance da DPE/MA continua se concentrando nas classes de maior poder aquisitivo, que são os que mais acessam redes como o Instagram.

Nesse cenário em que, muitas vezes, se coloca como a última porta – não só de acesso à Justiça, mas também de acolhimento social - pelos vulnerabilizados, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão tem a ética, a democracia, a transparência, o respeito e a moralidade como matéria prima de sua comunicação, cada vez mais imbuída de dar voz aos seus assistidos e, por consequência, dar publicidade à sua valorosa atuação. A Defensoria encara a produção dos seus conteúdos comunicacionais como um dos seus deveres para com os cidadãos.

E nessa toada, tornou-se imperativo continuar penetrando em todas as camadas sociais, priorizando os menos favorecidos. Atualmente, a Ascom utiliza-se das suas áreas de imprensa, website e redes sociais para fazer chegar à população os fatos do dia-a-dia. Porém, nem sempre este objetivo é atingido, uma vez que os meios de comunicação não são obrigados a publicar informações que não sejam de seu interesse no momento.

Sendo assim, a Defensoria do Maranhão que tem apenas uma experiência pontual na contratação de

serviços publicitários, entende agora a necessidade de utilização de espaço comercializável, na mídia, para cumprir o seu dever de informar, bem como de ações de não mídia com o seu devido planejamento por meio de uma agência de publicidade. O objetivo da instituição é alcançar o maior número de pessoas, com uma mensagem assertiva, sustentada em ações e práticas eficientes e sem ostentação.

2. DESAFIOS ESTRATÉGICOS

2.1. Dar visibilidade ao papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão na efetivação da política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral voltada aos vulnerabilizados, considerando que a instituição está em fase de consolidação de sua atuação e ainda é desconhecida de boa parte da população. Vale ressaltar que devido à grande demanda do Judiciário, a Defensoria prioriza a resolução extrajudicial das demandas;

2.2. Diferenciar o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão de outras instituições do Sistema de Justiça, que vale destacar, são grandes parceiras na defesa dos direitos da população maranhense;

2.3. Posicionar a Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição de gestão moderna e de excelência, que se preocupa em oferecer um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor, para garantir a satisfação dos seus assistidos;

2.4. Destacar quem pode acessar os serviços da Defensoria, dando ênfase a públicos vulnerabilizados como crianças e adolescentes; idosos; mulheres em situação de violência.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Tendo em vista que grande parte do público-alvo da Defensoria ainda desconhece os seus serviços, quem são seus membros e até quais são os seus direitos e como acessá-los, se faz extremamente importante o desenvolvimento de uma campanha publicitária institucional;

A estratégia a ser proposta para atingir o objetivo estratégico central deve abranger de forma clara o que se propõe para a atuação digital, assim como para a atuação em canais tradicionais, de forma que a combinação de ambas acarrete na construção de mensagens e plano de mídia coesos e eficazes;

Caberá à agência licitante propor uma campanha publicitária tendo como foco esclarecer à população sobre o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão e seus serviços voltados à promoção e à defesa dos direitos fundamentais de populações vulnerabilizadas.

1. 2. Específicos

3.2.1. Promover a marca da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

3.2.2. Fixar o posicionamento de que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição que atende os mais vulneráveis (sócio e economicamente), buscando estar cada vez mais perto dos que mais precisam;

3.2.3. Ressaltar que o atendimento é gratuito para pessoas com renda per capita de até 3 salários mínimos.

OBS: Para situações de vulnerabilidade social (violência contra mulher, idoso, por exemplo), não há limite de renda.

3.2.4. Destacar que a Defensoria maranhense investe em um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor.

4. TÓPICOS RELEVANTES

Missão: Garantir a efetividade de política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral aos vulneráveis priorizando soluções consensuais e amigáveis dos conflitos.

Visão: Ser uma instituição de referência na promoção dos direitos em todo estado do Maranhão até 2030.

Valores:

Ética no Trabalho - Seguir as normas e as regras da instituição, bem como tratar indistintamente a todos com respeito e ter responsabilidades com suas atividades.

Transparência - Estabelecer um canal aberto de comunicação, onde as ações são realizadas à vista de todos, promovendo a confiança e o engajamento cívico.

Qualidade no atendimento - Proporcionar uma experiência positiva e satisfatória para os usuários e assistidos.

Respeito ao cidadão - Acolher e tratar com civilidade, sem distinção e ofensas.

Economicidade - Minimizar os gastos públicos, sem comprometimento dos padrões de qualidade.

Sustentabilidade - Crescer sem comprometer o meio ambiente, assim como compensar possíveis impactos ambientais com iniciativas que promovam a sustentabilidade.

5. PÚBLICO-ALVO:

A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos:

- Geral: população da capital e do interior, conforme item 5.

- Específico: população vulnerabilizada, que são os assistidos e potenciais assistidos da instituição, que devem saber reconhecer em uma linguagem acessível qual o grande sentido da existência da Defensoria Pública.

- Específico (2): Formadores de opinião: autoridades, políticos, jornalistas, educadores, lideranças sociais, entre outros. É fundamental atentar para o fato de que a comunicação institucional deve atuar em diversas frentes simultâneas, contemplando, tanto na linguagem, forma e conteúdo a heterogeneidade do público que se deseja atingir, dentro, contudo, da realidade financeira do Estado e, neste caso, da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

a) Jovens e adultos;

b) Ambos os sexos;

c) Todos os gêneros;

d) Todas as classes sociais.

6. A CAMPANHA

A razão de ser da Defensoria Pública são os seus assistidos. Por isso, a campanha institucional a ser proposta deve ter foco nas demandas da população vulnerabilizada que podem ser resolvidas na instituição responsável pela efetivação da política pública de acesso a direitos no país.

Nossos assistidos vão desde pessoas em situação de rua a mulheres que sofrem violência doméstica, de qualquer classe social. Mas muitos deles desconhecem qual instituição buscar quando tem os seus direitos violados. E mais, boa parte deste público nem sabe que tem ou quais são esses direitos. E deixar a população informada sobre o sistema de garantias constitucional também é missão da Defensoria.

E é neste contexto, se utilizando de linguagem simples e acessível a essa população, mas também com foco nos mais diversos expectadores, que a campanha precisa trazer algumas das principais áreas de atuação da instituição personalizadas em seus assistidos, fazendo com que se vejam em diferentes situações do dia a dia e se sintam seguros para procurar ajuda na Defensoria Pública do Estado do Maranhão, tornando a instituição uma referência na promoção da justiça gratuita e de qualidade.

É importante que a campanha publicitária evidencie quem são esses potenciais assistidos, os tipos de atuações mais comuns: Na área de Família (Pensão alimentícia, divórcio, guarda de filhos, adoção...), Cível, Moradia, Direitos Humanos, defesa do consumidor, da criança e do adolescente, mulher e população LGBT, enfim, devemos mostrar que essa população vulnerável tem a quem recorrer.

Para concluir, a campanha deve transmitir uma sensação de confiança, acolhimento e proximidade. A comunicação deve ser acessível, inclusiva e respeitosa, destacando o papel da Defensoria em situações delicadas e de vulnerabilidade. O tom deve ser empático, educacional e de conscientização, com uma abordagem que gere identificação com os públicos vulneráveis.

7. MARCA

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive por meio do link a seguir: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;
- Instagram;
- YouTube;
- Facebook;
- X/Twitter;
- TikTok;
- Portal da Intranet - direcionado a servidores;
- Displays dispostos em todos os andares do prédio-sede da DPE/MA para a colocação de informes/comunicados;
- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para servidores (as);
- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para defensores (as) públicos (as);
- E-mail para servidores (as);
- E-mail para defensores (as) públicos (as).

9. PRAÇA

Estado do Maranhão, contemplando a capital, região metropolitana e interior, especialmente os municípios de maior população ou situados em região estratégicas, sedes de comarca onde a Defensoria mantém núcleo regional: Imperatriz, Timon, Caxias, Chapadinha, Bacabal, Balsas, Barreirinhas, Codó, Pedreiras, Pinheiro, Santa Inês e Grajaú.

10. PRAZO DA CAMPANHA

A agência deverá levar em consideração o prazo de 30 dias.

11. INVESTIMENTO PARA O PROJETO

Para a proposta orçamentária da ação de comunicação devem ser considerados a conveniência, oportunidade, eficiência e eficácia de cada meio de comunicação que poderá ser utilizado para o atingimento dos objetivos de comunicação, estratégia e táticas desenhadas para o público-alvo pretendido. A agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação Especial

Referente **Concorrência nº 90001/2025** – Defensoria Pública do Estado do Maranhão

1. PREÇOS SUJEITOS A AVALIAÇÃO

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

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a época da apresentação da proposta, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo:% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<complementar o texto, se for o caso, com:> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <se for o caso> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento)

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..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais.

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO



Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart, Assessoria de Licitação**, em 26/03/2025, às 10:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do [Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no link [Validar Documento](#) informando o código verificador **0177680** e o código CRC **B2B8A15E**.



DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

TR - TERMO DE REFERÊNCIA

Conforme a previsão contida no art. 40º da Lei n.º 14.133/2021, § 1º O termo de referência deverá conter os elementos previstos no inciso XXIII do caput do art. 6º desta Lei.

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Elaboração:	Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Órgão:	Assessoria de Comunicação
UASG:	453747
Material /Serviço:	Contratação de Agência de Publicidade CATSER: 892

1. Definição do objeto, incluídos, sua natureza, os quantitativos, o prazo do contrato e, se for o caso, a possibilidade de sua prorrogação;

1.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

1.1.1. O estudo e o planejamento previsto objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2. Desse modo, a Contratada deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços especializados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem da DPE/MA:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes, bem como análises e estudos de branding de marcas;
- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;
- Planejamento e execução de estudos/pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;
- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);
- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e execução das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);
- Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2.1. A **CONTRATADA** deverá ter equipe especializada na gestão estratégica e operacional de campanhas de comunicação digital, contemplando as seguintes atividades:

- a) Planejamento, conceituação, concepção, criação, setup e gerenciamento de campanhas digitais;
- b) Aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization);
- c) Compra, análise e otimização de mídia digital, com a manutenção de design para conteúdos de Marketing Digital e Inbound Marketing, bem como gestão de mídia paga e sustentação e revisão da estratégia de branding adotada pela instituição;
- d) Monitoramento, análise e apresentação de resultados das campanhas digitais.

1.2.2. A equipe será responsável pela elaboração de relatório de performance de campanhas digitais, contendo os principais KPI do processo, tais como: impressões, alcance do anúncio, clique por anúncio, leads, taxa de conversão, taxa de cliques, valor por palavra-chave, valor por clique, custo por aquisição, origem do lead, investimento total, período do investimento e outras informações que a **CONTRATADA** e a DPE/MA julgarem pertinentes para avaliar e acompanhar a performance das campanhas; além de análise crítica das ações, impactos gerados, recomendações e insights.

1.3. Durante cada campanha digital, a **CONTRATADA** deverá nutrir a DPE/MA com atualização diária dos indicadores de performance ou disponibilizar acesso da equipe da Assessoria de Comunicação à plataforma de gerenciamento desses dados, alertando para possíveis medidas corretivas no planejamento.

1.3.1. O relatório final de performance de uma campanha digital deverá ser enviado em até 03 (três) dias após a sua conclusão.

1.4. A **CONTRATADA** deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a DPE/MA, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

1.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

1.6. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

1.7. 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 de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.2** e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.8. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no **item 1 – Do Objeto**, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

1.9. As ações de publicidade da **CONTRATANTE**, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

2. Fundamentação da contratação, que consiste na referência aos estudos técnicos preliminares correspondentes ou, quando não for possível divulgar esses estudos, no extrato das partes que não contiverem informações sigilosas.

2.1. A presente aquisição fundamenta-se no Estudo Técnico Preliminar constante nos autos do processo administrativo.

2.2. Os serviços serão realizados sob demanda, na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

3. Valor contratual, recursos orçamentários e vigência

3.1. O valor da contratação está estimado em R\$ 1.000.000,00 (Hum Milhão de Reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - 2025:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	03.092.0623.6005.023316

3.3. Os contratos oriundos da Concorrência poderão ser prorrogados na forma da Lei nº 14.133/2021.

4. Descrição da solução

4.1. Contratação de empresa para prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**, a fim de divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do poder público, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate e no acesso a direitos e a políticas públicas.

5. Modelo de gestão do contrato, que descreve execução do objeto, que consiste na definição de como o contrato deverá produzir os resultados pretendidos desde o seu início até o seu encerramento

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** no estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado do Maranhão, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 1 (um) Diretor Geral - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

b) 1 (um) Diretor de Mídia - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

c) 1 (um) Diretor de Criação - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

d) 2 (dois) Profissionais de atendimento - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

e) 1 (um) Profissional de planejamento e pesquisa - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing.

5.1.2.2. Caso a **CONTRATANTE** julgue necessário, no decorrer do contrato, poderá solicitar a composição de um núcleo de mídia, nos termos do art. 85 e art. 86 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023, com possibilidade de instalação nas dependências da **CONTRATANTE**, conforme art. 74 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023.

5.1.2.3. A equipe de profissionais do núcleo de mídia poderá ser readequada pela **CONTRATADA** a qualquer tempo, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à **CONTRATANTE**, conforme art. 87 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.1.4. Utilizar na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

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

5.1.5.1. Pertencem à **CONTRATANTE** todas 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 espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, 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.

I - 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 o percentual máximo de 50%, 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**.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

III - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

IV - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF 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;

V - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: "atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais".

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

5.1.7.2. A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. A **CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas relativas aos direitos autorais para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos

patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do 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 de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

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

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

I - A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

II - Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.10. Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, 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.

5.1.11. Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem anterior, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, 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.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade 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**.

I - O resultado da 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 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

II - Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

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

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à **CONTRATANTE**, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a **CONTRATANTE**, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprovar.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos

serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

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

5.1.16. 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 de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. 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.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. 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.

5.1.24. 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.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.1.27. 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**.

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a "Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses" assinada pela **CONTRATADA**.

5.1.28. Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

5.1.29. 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**.

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. 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.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 9º, Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

6. 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) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa 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 de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;
- e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

7.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

II - Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "b", "c" e "d" do subitem acima deste TR, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "e", "f", "g" e "h" do subitem acima deste TR, bem como nas alíneas "b", "c" e "d", que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

- 1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
- 2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.
 - a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
- 3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas "e" e "h" do subitem 7.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.
- 4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea "c" do subitem 7.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea "b" do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
6. Para infrações descritas na alínea "d" do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
7. Para a infração descrita na alínea "a" do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.
- 7.3. A aplicação das sanções previstas neste TR não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.4. Todas as sanções previstas neste TR poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 7.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):
- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
 - b) as peculiaridades do caso concreto;
 - c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
 - d) os danos que dela provierem para o Contratante;
 - e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 7.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).
- 7.9. A personalidade jurídica do **CONTRATADO** poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos no Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o **CONTRATADO**, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.10. O **CONTRATANTE** deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).
- 7.10.1. 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**.
- 7.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.
- 7.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

8. APÊNDICES

8.1. Integram este Termo de Referência os seguintes Apêndices:

- a) Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e dos Documentos de Habilitação;
- b) Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;
- c) Apêndice 3: Apresentação da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e Julgamento das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada;
- d) Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

APÊNDICE 1

ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

1.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

1.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação Especial, a ser retirado, exclusivamente, pela agência, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 16h, no Setor da Comissão de Contratação, situado no prédio-sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696.

1.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

1. ter nenhuma identificação;
2. apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;
3. estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

1.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

1.1.2.1. 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 90001/2025 – DPE/MA

1.1.2.2. 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.

1.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

1.1.3.1. 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

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

1.1.3.2. 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.

1.2. Os Invólucros nº 2 e nº 3 não poderão ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

2.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada.

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

Invólucro nº 4

Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/M

2.1.2. O Invólucro nº 4 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.

2.1.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial pelas licitantes classificadas do julgamento final das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

3.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues 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 90001/2025 – DPE/MA

3.1.2. O Invólucro nº 5 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.

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	20 pontos
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	1.3 Ideia Criativa	20 pontos
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		100

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

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações: (Referência 11.2 do Edital)

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 1.2.2;
4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;
5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

7. alinhamento justificado do texto;

8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

10. sem identificação da licitante.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou 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.

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

1.2.4. Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

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

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7. 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 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

1.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo II do Edital), observadas as seguintes orientações:

1.3.1. Subquesto 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital).

1.3.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo II do Edital), compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

1.3.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital), com a descrição de cada uma;
- b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante

1.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
- c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

1.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.3. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.3.4. O 'monstro' ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

1.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, 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) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para tablets, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
- e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;
- f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

1.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea 'd' do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

- a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;
- b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;
- c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
- d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

1.3.4.1. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.2. O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;
- g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;
- i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

1.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deverá 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) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.3.1. Caso o Edital desta concorrência 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 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

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.

1.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas: (11.5 do Edital)

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;
- d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e
- e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.7.1. Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

1.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

1.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

1.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

1.8.2. Para cada peça publicitária 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 ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

1.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.9.1. Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1. A validação poderá ser feita na última página do próprio Relato elaborado pela licitante ou em documento separado (em papel timbrado do cliente), o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10.

1.10.2. A validação será constituída, pelo menos, do ateste do Relato, do nome empresarial do cliente, do nome do signatário, de seu cargo/função e de sua assinatura.

1.10.3. As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2018.

1.10.4. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, em observância ao Art. 10 da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e à Portaria nº 016/2025 –DPGE, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem

estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

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

2.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital) .

2.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

2.3.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa (12.2.1.3 do Edital)

- a) alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

2.3.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante; e
- e) 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 da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

2.3.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

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

2.4.1. Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

2.4.1.1. A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2. As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	20 pontos
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	1.3 Ideia Criativa	20 pontos
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		100

2.4.3. A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 1 (uma) casa decimal.

2.4.4. 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, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

2.4.4.1. 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.

2.4.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5.2. Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada no Edital desta concorrência.

2.6. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.6.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea 'a' do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificadora e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

2.7. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste Apêndice e do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

APÊNDICE 3

APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

1. APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA

1.1. As licitantes deverão elaborar Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada, com base no modelo que constitui o Anexo IV do Edital.

1.1.1. Referida Declaração deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, 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.

1.2. O prazo de validade da Declaração de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.2.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.2.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

2. JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA

2.1. As Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada, apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas e julgadas pela Comissão de Contratação Especial no tocante ao atendimento das disposições do item 15 do Edital e deste Apêndice.

2.2. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Declaração esteja em conformidade com as disposições do item 15 do Edital e deste Apêndice.

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

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ITEM 17 E 18 DO EDITAL)

1.1. Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser

apresentados:

I - em via original; ou

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

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

1.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Apêndice.

1.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

1.2.1. 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;

a1) os documentos mencionados na alínea 'a' deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo 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) ato 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.

1.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

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

c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

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;

e) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) 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.

1.2.3. Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Termo de Referência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) 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, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

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, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

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 e em jornal de grande circulação ou cópia 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 competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- c) termo de abertura e encerramento;
- d) requerimento de autenticação de Livro Digital;
- e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

1.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e 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.

1.2.4.2. 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 1.2.4, 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 =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 1.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

1.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4. 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 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

1.2.5. Declarações:

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

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<nome da licitante>, 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 VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, 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 a ressalva a seguir:>

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

<local e data

<representante legal da licitante

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, 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 <nome da licitante>, e que 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 da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, antes da abertura oficial das propostas; e

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

1.3. 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.

1.4. A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública, dentro do prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.2.

Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

1.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Termo de Referência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 1.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 2.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.5.

1.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 1.

2.2. Em complemento à análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

2.2.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

São Luís–MA, em 18 de fevereiro de 2025.

2.3. Para a análise da habilitação das licitantes também serão realizadas consultas: ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Civis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

2.4. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da celeridade, em documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boas Barbosa Silva, Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do [Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).





A autenticidade do documento pode ser conferida no link [Validar Documento](#) informando o código verificador **0163129** e o código CRC **4851DF0C**.



DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º: _____ **-DPE/MA**

PROCESSO N.º: 0000873.110000950.0.2025

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM, A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO E DE OUTRO LADO, XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, NA FORMA ABAIXO.

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO, pessoa jurídica de Direito Público, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.820.295/0001-42, com sede na Avenida Júnior Coimbra, Quadra 21, Lote 02, Loteamento Jaracaty, Renascença II, São Luís-MA, CEP 65075-696, daqui em diante denominada CONTRATANTE, neste ato representada pelo Defensor Público-Geral do Estado, **Dr. GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES**, brasileiro, defensor público, matrícula n.º 1998152 DPE/MA, CPF n.º 052.119.714-77, residente e domiciliado, nesta cidade e, do outro lado, a Empresa XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, sediado(a) no(a) **ENDEREÇO**, CNPJ N.º **XX.XXX.XXX/XXXX-XX**, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por XXXXXXXXXXXXXXX, brasileiro (a), estado civil, RG n.º **XX.XXX.XXX-X**, CPF n.º **XXX.XXX.XXX-XX**, residente e domiciliado nesta cidade, **RESOLVEM** celebrar o presente contrato, cuja lavratura foi regularmente autorizada em despacho constante no **Processo Administrativo n.º XXX/XXXX**, Nota de Empenho n.º **XXXXNEXXXXXXX**, decorrente da licitação na modalidade **Concorrência n.º XXX/XXXX – CPL/DPE**, submetendo-se as partes às disposições constantes na Lei 10.520/02, Lei n.º 8.666/93, e suas alterações posteriores, mediante às cláusulas e condições e obrigações seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei n.º 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis n.º 4.680/1965, e n.º 14.133/2021.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência n.º XXX/2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de **1 (uma) agência de propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a

intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

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, relacionados à execução do presente contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'b' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

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 de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos 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.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da data de sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permi da a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza con nuada;

b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação; e)Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

3.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

3.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

3.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

3.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado ver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX/2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em R\$ XX,XX (por extenso), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços constam nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça

Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	03.092.0623.6005.023316

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da CONTRATANTE, 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 do presente contrato, conforme disposto art. 125 da Lei 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado de Maranhão, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

- a) 1 (um) Diretor Geral - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;
- b) 1 (um) Diretor de Mídia - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;
- c) 1 (um) Diretor de Criação - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;
- d) 2 (dois) Profissionais de atendimento - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;
- e) 1 (um) Profissional de planejamento e pesquisa - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing.

5.1.2.2. Caso a CONTRATANTE julgue necessário, no decorrer do contrato, poderá solicitar a composição de um núcleo de mídia, com possibilidade de instalação nas dependências da CONTRATANTE.

5.1.2.3. A equipe de profissionais do núcleo de mídia poderá ser readequada pela CONTRATADA a qualquer tempo, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à CONTRATANTE.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admi da sua subs tuição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

5.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE todas 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 espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, 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 incen vo 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.

I - 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.

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

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, 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 ou no CPF 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 - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

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

5.1.7.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e 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.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do 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 de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

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

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

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

I - A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

II - Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou a vidades ilegais.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação 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 11.5, e a(s) jus fica va(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação 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 11.5, e a(s) jus ficativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade 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.

I - O resultado da 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 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

II - Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

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

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

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

5.1.16. 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 de bens e de serviços especializados e com veículos de

divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores no ciados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. 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.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. 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.

5.1.24. 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.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. 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.

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação comercial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela CONTRATADA.

5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados 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.

5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de esma va de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. 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.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou 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.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 9º, Lei nº 14.133/2021.

6. 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) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- c) proporcionar condições para a boa 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 de serviços especializados, pela CONTRATADA;
- e) notificar, formalmente e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. 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 solicitado ou especificado.

7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para no ficar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

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, distribuição ou veiculação, 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 autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

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 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 ou auditoria externa por ela indicada tenha 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 os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, referentes a peça 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;

8.1.1.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.1.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do 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.

8.1.2. percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça 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, de 1965.

8.1.3. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do presente contrato;

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. percentual de honorários superior a 15% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, 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.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 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) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

e) 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.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. 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 divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas atividades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída 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 por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

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 relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998 (Direitos Autorais), 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 dos bens e dos serviços especializados 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 e 10.2.2.

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.

I - 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 de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, 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.

10.2.2.1. 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 de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

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.

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 de bens e de serviços especializados, 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 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, 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.

10.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de

divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: "Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução."

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - 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 de divulgação, 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 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III 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, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (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;

a1) como alterna va ao procedimento previsto na alínea 'a', a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea 'a' 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 na alínea 'a' deste subitem;

a2) como alterna va ao conjunto de documentos previstos nas alíneas 'a' e 'a1' 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;

b) Mídia Exterior:

b1) 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;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, 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;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação 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;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível identificar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emitido, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11. 11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, 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.

11.7. 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.

11.7.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$AF = [(1 + IPCA/100)N/30 - 1] \times VP$, na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.8.2. 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.

11.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 30 (trinta) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o 10º (décimo) dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 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.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

11.10.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.11. 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.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - REAJUSTE

12.1. O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

12.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

12.1.2. É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem

obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho.

12.2. O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula:

$$R = V \times I - I_0$$

R Valor do reajuste procurado

V Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado

I Índice rela vo à data do reajuste

I₀ Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, na modalidade Concorrência, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial/total/anual.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

II - Impedimento de licitar e contratar, quando pra cadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei nº 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 14.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 14.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações: [INDICAR ITENS ESPECÍFICOS DE INEXECUÇÃO PARCIAL QUE JUSTIFIQUEM PENA DIVERSA].

14.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

- a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
- b) as peculiaridades do caso concreto;
- c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d)os danos que dela provierem para o Contratante;

e)a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

14.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

14.9. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10.1. 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.

14.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

14.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

15.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

15.3. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a não renovação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

15.4. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

15.5. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.5.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.5.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.5.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.6. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.6.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3. Indenizações e multas.

15.7. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

15.8. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. 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.

16.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE.

16.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no PNCP, na forma prevista na Lei nº 14.133/2021.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5. 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.

16.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

16.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

17.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no TR.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – PUBLICAÇÃO

18.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Justiça Estadual em São Luis/MA.

E, por estarem justos e acordados, assinam eletronicamente o presente contrato.

São Luís–MA, em **XX** de **XXXXXX** de **XXXX**.

DEFENSORIA GERAL DO ESTADO DO MARANHÃO
CONTRATANTE

.....
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome: _____ CPF n.º _____

Nome: _____ CPF n.º _____



Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira, Chefe da Assessoria Jurídica**, em 12/03/2025, às 10:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do [Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no link [Validar Documento](#) informando o código verificador **0170961** e o código CRC **21F16450**.



DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ETP - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Conforme a previsão contida no inciso XX do art. 6º da Lei n.º 14.133/2021, considera-se **Estudo Técnico Preliminar** o “documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação”.

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Elaboração:	Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Órgão:	Assessoria de Comunicação
UASG:	453747

INTRODUÇÃO

O presente Estudo reúne o conjunto de informações indicativas e as condições preliminares exigíveis para **Aquisição de Serviço ou Contratação de Serviço** referente ao **Objeto da compra ou Contratação**, com vistas à continuidade e pleno funcionamento da Instituição, sob Gestão e Fiscalização da **ASCOM /Assessoria de Comunicação**

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de uma agência de publicidade/propaganda, com vistas a atender às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

SETOR REQUISITANTE: Assessoria de Comunicação da Defensoria Pública do Estado do Maranhão – DPE/MA.

OBJETO: O objeto da presente Concorrência é a contratação de uma (1) agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE/MA)**.

Normativas que disciplinam os serviços a serem contratados

1. Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021.
2. Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.
3. Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965.
4. Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.
5. Art. 37, § 1º, da Constituição Federal de 1988.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

1.1. Os serviços de publicidade são prestados necessariamente por agências de propaganda.

1.2. A **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE-MA)** é uma instituição essencial à função jurisdicional do Estado, responsável por prestar assistência jurídica integral e gratuita àqueles que não têm condições de pagar por serviços advocatícios. Suas atribuições estão previstas na Constituição Federal de 1988 e na legislação específica que regulamenta a Defensoria Pública.

1.2.1. As principais atribuições da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** incluem:

- a) Assistência Jurídica Integral e Gratuita;
- b) Atuação em Todas as Áreas do Direito;
- c) Atuação Extrajudicial e Judicial;
- d) Defesa dos Direitos Humanos;
- e) Atuação em Favor de Grupos Vulneráveis;
- f) Mediação e Conciliação.

1.3. Criada com a Constituição Federal de 1988, a Defensoria Pública é a mais jovem instituição do Sistema de Justiça, que no Maranhão foi oficialmente instituída apenas em 2001, com a posse dos primeiros defensores públicos da carreira. Com 23 anos de existência, a Defensoria maranhense hoje tem 232 defensores públicos em seu quadro e está presente em 72 comarcas, beneficiando 160 municípios, considerando os termos judiciários.

1.4. Tratando-se da política pública de acesso a direitos, a Defensoria Pública do Maranhão ainda tem muitos desafios. E um deles é continuar avançando no seu processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação da sua missão e serviços. Isso porque a instituição cresceu muito nos últimos anos, e, mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), muita gente não sabe o que é a Defensoria Pública, ao ponto de confundirem até o nome do cargo de defensor público com o de promotor, procurador, chamando-o também de advogado.

1.5. Todos esses temas são bastante trabalhados nas mídias tradicionais e nas redes sociais da instituição, que hoje já ultrapassa a casa dos 60 mil seguidores, somente no Instagram, superando instituições do sistema de justiça bem mais antigas como o Ministério Público do Maranhão, e se mantendo entre as 10 Defensorias Públicas mais influentes do país nas redes sociais, tendo um dos perfis de maior interação, conforme levantamento divulgado pelo Social Media Gov, divulgado em julho de 2024.

1.6. Além disso, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão mantém uma ótima relação com os principais canais de mídias tradicionais no estado, garantido, assim, a publicação/divulgação de um volume gigantesco de matérias de interesse da instituição, dentre outros tipos de inserção, produzidas por sua Ascom ou demandadas pelos próprios órgãos de comunicação, sem ônus.

1.7. Ocorre que, nos últimos anos, essa estratégia se tornou insuficiente para os desafios da Política de Comunicação da Defensoria Pública. E mesmo com resultados tão positivos, a Ascom tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a Ascom passe a contar com uma

verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

1.8. É importante reforçar que uma boa estratégia de comunicação pode combinar o uso de diferentes veículos, mídias tradicionais e alternativas, mensagens racionais e objetivas, com dados reais e informações que em conjunto funcionam como um gatilho e tem o potencial de impulsionar a atenção, a preocupação e o interesse da sociedade por assuntos relacionados ao seu desenvolvimento, com ênfase na promoção da cidadania.

1.9. Também é necessário destacar que a frequência na publicidade pode gerar uma mobilização positiva em torno do sistema de garantias constitucionais, favorecendo a busca pelo conhecimento e orientações sobre o correto encaminhamento à política pública de acesso a direitos. A frequência refere-se à quantidade de vezes que uma pessoa é exposta à mensagem publicitária, sendo este um fator chave para a memorização dos serviços da Defensoria Pública pelos públicos vulnerabilizados. Daí a importância de um planejamento a longo prazo, com verba e profissionais comprometidos com a execução do plano do início ao fim nas suas diferentes frentes de atuação.

1.10. Ressalta-se, portanto, que a Defensoria Pública tem como uma de suas missões essenciais a promoção do acesso universal aos direitos fundamentais, atuando como guardião da justiça para todos, especialmente para aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade. Desde crianças e adolescentes, até mulheres em situação de violência e idosos, a Defensoria se empenha em garantir que os direitos básicos – como saúde, educação, moradia e dignidade – sejam respeitados e protegidos, sempre com um olhar atento às necessidades específicas de cada indivíduo e grupo social.

1.11. Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

1.12. Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir uma ou duas campanhas de médio a grande porte, por ano, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1. Previstos no Plano Anual de Contratação de 2025, os recursos orçamentários necessários ao cumprimento do contrato decorrente desta licitação, correrão por conta da seguinte classificação funcional programática: **03.092.0623.6005.023316, na Subação 023316.**

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. Visando atender à necessidade desta Assessoria de Comunicação, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, na Modalidade Concorrência Presencial. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.

3.2. Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação

das propostas.

3.3. Dentre os critérios de julgamento previstos para Concorrência, a DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO adotará o tipo MELHOR TÉCNICA, conforme art. 6º, XXXVIII, b; da Lei nº 14.133/2021, considerando parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvos a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação.

3.4. Visto que as atividades realizadas integradamente têm por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratada deverá possuir, no Estado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO, representada por profissionais qualificados com experiência comprovada.

3.5. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, é considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, sendo celebrado contrato com a adjudicatária, com vigência de 12 meses, de acordo com o art. 106 da Lei nº 14.133, de 2021, e conforme modelo a ser elaborado pelo setor competente. Sendo prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

3.6. A contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas. Considerando as recomendações voltadas para a sustentabilidade ambiental, a contratação em questão é de baixíssimo impacto ambiental, e não envolve requisitos de práticas de sustentabilidade.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

4.1. Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

4.2. A licitação proposta é a primeira realizada pela Instituição em 23 anos de sua implementação no estado do Maranhão, portanto a Assessoria de Comunicação, demandante do processo, não possui parâmetros para a contratação deste tipo de serviço.

4.3. É importante ressaltar ainda que o quantitativo de unidades de cada produto ou serviço para o decorrer da execução contratual não é mensurável, pois diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por objetos que podem ser contabilizados ou tarefas que possuem métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para alcançar os objetivos de comunicação em cada demanda.

4.4. O Planejamento Estratégico da Ascom também não forneceria subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados no cotidiano da Defensoria, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

4.5. Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise da

agência na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, conseqüentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. A análise de possíveis soluções para a demanda fica limitada essencialmente por questões legais, conforme argumentos elencados a seguir:

a) Os serviços de **PUBLICIDADE** são serviços técnicos-profissionais especializados com contratação prevista nas Leis Federais nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações); e Lei nº 12.232/2010 (Lei contratação pública serviços de publicidade).

b) Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de **PUBLICIDADE** prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda;

c) Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece a adoção obrigatória da modalidade de licitação tipo: “melhor técnica” ou “técnica e preço”;

d) A licitação para a contratação de serviços de **PUBLICIDADE** é prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas;

5.2. Dessa maneira, estando o modelo de licitação e contratação legalmente pré-estabelecidos, conforme citado acima, foram feitos esforços no sentido de analisar as práticas recentes de outros órgãos públicos no que se refere ao tema, além de estudar possíveis implicações da Lei 14.133/2021 no processo. Foram encontrados os seguintes Editais que trataram de objeto similar ao pretendido:

- Concorrência nº 016/2023 – Prefeitura de São Luís

- Concorrência nº 001/2024 – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

- Concorrência nº 001/2024 – Assembleia Legislativa de Goiás

5.3. É importante considerar que a expertise do futuro prestador poderá agregar melhorias ao processo interno. Com base na necessidade da Administração, a análise do mercado aponta como melhor solução a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço terceirizado(s), dado que as atividades que se visa a contratar são de caráter acessório e, por isso, preferencialmente objeto de execução indireta.

5.4. Com base nesse contexto, torna-se importante informar que:

I - O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

II - Os honorários sobre serviços de terceiros serão cobrados pelas agências tendo como referência as Normas Padrão da Atividade Publicitária.

III - A veiculação terá com referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação.

IV - A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais).

5.4.1. Esse recurso foi estimado considerando a previsão da execução das seguintes campanhas de publicidade ao longo de 12 meses de 2025, porém trata-se apenas de previsão, as campanhas serão definidas oportunamente:

- Campanha de divulgação das atividades itinerantes da Defensoria do Maranhão com participação de digital influencers – R\$ 450.000,00

- Campanha de valorização da marca da Defensoria dentro e fora da instituição – “Defensoria, patrimônio do Maranhão” - R\$ 350.000,00

- Campanha de fortalecimento do Projeto “Te Alui, Mulher”, de combate à violência doméstica em comunidades de São Luís – R\$ 200.000,00

5.4.2. A lei 12.232/2010 exclui o Projeto Básico/Termo de Referência e as planilhas com os custos unitários de cada serviço, conforme caput do art. 6º. A execução do contrato será por demanda, onde para cada campanha a ser realizada será efetuado pesquisas de preços para a produção, e a veiculação é sobre o valor negociado, tendo como referência a tabela de preços do dia.

5.4.2.1. Reforça-se, portanto, que em serviços de contratação de publicidade não se trabalha com estimativa de custos dos serviços, como nos serviços comuns. O art .6º da Lei 12.232/2010 dispensa a apresentação de orçamento detalhado dos serviços, bem como o Projeto Básico.

5.4. Além do exposto, foi realizado um breve estudo, mapeando os impactos da NLLC no processo licitatório para contratação em tela. Destacam-se as seguintes constatações:

5.4.1. A NLLC não revoga a Lei Federal nº 12.232/2010, mantendo-se as disposições desta última como norte para a condução do processo licitatório;

5.4.2. Nos pontos em que a Lei Federal nº 12.232/2010 for omissa ou fizer referências à antiga lei de licitações, Lei 8666/1993, entende-se que valerão as normas da NLLC;

5.5. A escolha pela presente contratação se fundamenta na disponibilidade no mercado de diversas agências de propaganda com sede no Estado do Maranhão e em outros estados, as quais tem plena capacidade de participar do certame, viabilizando ampla concorrência e de consequência, a contratação.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor previsto para a presente contratação está estimado em R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), conforme disponibilidade orçamentária.

6.2. A presente contratação envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas jurídicas previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

6.3. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da lei 12.232/2010.

6.4. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a ser atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

6.5. Como é a primeira vez que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão lançará edital para a contratação de serviços publicitários, não é possível considerar os valores aplicados pela Instituição em contratações vigentes e anteriores, sobrando somente a opção de identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, às novas necessidades de comunicação.

6.6. Também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela Assessoria de Comunicação, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade.

6.7. Embora sem parâmetros, ressalta-se que o valor estimado pela Defensoria do Maranhão, para essa primeira contratação, visa ao atendimento de uma das demandas que muito cresceu nos três últimos anos, impactando os hábitos de consumo de comunicação observados até 2018, antes da pandemia da Covid-19. Naquela época, predominavam os meios de comunicação tradicionais, como TV, rádio, out of home, e a internet era uma mídia em eminência, que exigia ainda relativamente baixos valores de investimento. Em 2023, a mídia digital foi consolidada nos hábitos de consumo e arraigada na administração pública, não apenas como meio de divulgação, mas também como canais de prestação de serviços públicos e de relacionamento com os cidadãos. A internet, por meio de veículos de comunicação que atuam nessa área, exige investimentos bem maiores, ao mesmo tempo em que é necessário continuar utilizando os meios tradicionais que permanecem importantes no cotidiano dos públicos.

6.8. Soma-se ainda o fato de maiores demandas de comunicação na DPE/MA, o que exige investimentos em comunicação publicitária. Nesse sentido, podemos destacar o amplo trabalho de expansão dos serviços da Instituição, com as inaugurações dos núcleos regionais no interior do estado, além das ações itinerantes, necessitando cada vez mais de divulgação.

6.9. Destaca-se nesse trabalho, as ações de erradicação do sub-registro de nascimento, um os programas institucionais que mais ganharam força na atual gestão, que produz números de grande relevância para o estado, e que exigirá a realização de campanha específica, contribuindo assim para o objetivo estratégico da DPE/MA no fortalecimento de sua missão institucional em favor daqueles que mais precisam.

6.10. Dessa forma, em razão dos fatores anteriormente detalhados, dentre elas as necessidades de comunicação publicitária em plataformas digitais e o volume de ações que demandam comunicação publicitária, obtém-se a estimativa de valor.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. Para a contratação do serviço de **PUBLICIDADE**, a solução escolhida é a contratação de pessoa jurídica, detentora do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, cuja atividade econômica desenvolvida seja compatível com a prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**.

7.2. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

7.3. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações podem ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

II - a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

7.4. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei 12.232/2010 torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

7.6. O regime de execução do(s) contrato(s) escolhido foi: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, SOB DEMANDA, NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA.**

7.7. A gestão do contrato será de responsabilidade da Assessoria de Comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO**, de acordo com as competências pré-estabelecidas.

7.8. O contrato será celebrado com duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, até o limite de 10 (dez) anos, nos termos e condições permitidas pela legislação vigente.

7.9. A fiscalização da execução do contrato ficará a cargo da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO – DPE/MA**, através da Assessoria de Comunicação, ou por funcionário(os) por ela(e) designado(s).

7.10. O processo de pagamento para os serviços contratados seguirá o formato de execução adotado por esta Defensoria Pública: **PAGAMENTOS MENSAIS E PARCELADOS DE ACORDO COM A DEMANDA**. Os pagamentos serão conduzidos sob a responsabilidade da Supervisão Financeira da DPE/MA e a Assessoria de Comunicação deverá atestar a efetiva prestação dos serviços, garantindo a conformidade com os termos do contrato.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, por atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral, e por ser considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, não há como parcelar a solução.

8.2. Ainda se justifica o não parcelamento do serviço, por esta Assessoria entender que o valor estimado favorece a celebração de contrato único, que facilita o acompanhamento e a gestão das campanhas publicitárias, reduzindo a burocracia e fomentando uma mensagem mais consistente e eficaz. Também será vantajosa a contratação de fornecedor único pela possibilidade de obtenção de melhores condições comerciais, como descontos por volume e otimização de recursos.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Com a contratação pretendida, espera-se dar continuidade ao processo de fortalecimento da imagem da Defensoria Pública, reforçando as bases de sua interação com a população maranhense. Neste contexto, a Ascom pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência de melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade institucional.

9.2. É importante destacar que além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

9.3. É importante ressaltar que a contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

9.4. E que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstos no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** e, conseqüentemente, melhor atendimento das suas necessidades de comunicação vivenciadas no dia a dia.

9.5. Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, a Defensoria também otimizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos e vantagem para a administração pública.

10. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

10.1. Não foram identificadas providências a serem adotadas antes da celebração do contrato, como capacitações e treinamentos, além de estruturação ou adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão realizados na sede da contratada.

10.2. Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, para gerir e fiscalizar a contratação e utilização do material adquirido, receber as faturas, conferir com os dados dos serviços as serem executados, através do sistema de gerenciamento e atestar sua conformidade, submetendo à ratificação da Unidade Gestora.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

11.1. Não há contratações correlatas e/ou interdependentes para esse processo.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

12.1. Considerando a natureza do objeto, não há impactos ambientais relevantes a serem discutidos neste estudo. Pode-se apenas citar a possibilidade de veiculação de material impresso, o qual é passível de reciclagem.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

13.1. Diante das considerações aqui feitas considera-se que o objeto do presente ETP é viável, uma vez que atinge as dimensões esperadas de eficácia, efetividade, eficiência e economicidade.

13.2. Assim, avaliamos que a presente contratação é viável em todos os aspectos, havendo previsão orçamentária alocada para esse fim e sendo o objeto da contratação compatível com as competências institucionais da Assessoria de Comunicação.

13.3. Importante ressaltar que a Assessoria de Comunicação observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos relativos à matéria. Que as atividades de gestão e fiscalização da execução contratual são realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática, de forma a garantir o fiel cumprimento às cláusulas contratuais e diretrizes estabelecidas, bem como aferir a qualidade dos serviços prestados, considerando o nível técnico dos trabalhos e os resultados concretos dos esforços de comunicação, da diversificação dos serviços e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada, com a finalidade de aquilatar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados e para decidir sobre a conveniência de renovar ou não a contratação.

14. RESPONSÁVEIS

14.1. Gestor: Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva, Matrícula: 2006781

14.2. Administrativo: Lucienne Santos da Silva, Matrícula: 2223725

São Luís–MA, em **18 de fevereiro de 2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação



Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva, Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do [Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no link [Validar Documento](#) informando o código verificador **0163127** e o código CRC **B15A5220**.